

นียบายออนไลน์ ช่องทางเลือกของนักอ่าน หรือทางรอดของนักเขียน



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

นิยายออนไลน์ ช่องทางเลือกของนักอ่าน หรือทางรอดของนักเขียน

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

9 กันยายน 2564



นางสาวนฤกร ปู่แดงอ่อน
ผู้วิจัย

รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุวรรณันต์,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

บุญยิ่ง คงอาชาภัทร,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ธีรพงศ์ ปิ่นจีเสถิกุล,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่องนิยายออนไลน์ ช่องทางเลือกของนักอ่าน หรือทางรอดของนักเขียน สำเร็จ สมบูรณ์ได้ด้วยดีเพราะได้รับความอนุเคราะห์และเอาใจใส่ให้คำปรึกษาเป็นอย่างดีจาก อาจารย์ รศ. ดร. วินัย วงศ์สุรวัฒน์ ที่คอยให้ชี้แนะทางในการศึกษาตั้งแต่เริ่มต้น จนทำให้มีหัวข้อในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ และให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย โดยเฉพาะแนวทางการเขียนและวิเคราะห์ ตลอดจนการกำหนดกรอบเวลาที่ถือเป็นแรงกระตุ้นในการทำงานให้งานมีความคืบหน้าได้อย่างดี ทั้งท่านอาจารย์ยังสละเวลาตรวจสอบความถูกต้องของงานและคำแนะนำแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องในการศึกษาค้นคว้ามาจนมีความเรียบร้อยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ต่าง ๆ ที่มีได้เอ่ยนาม ที่ได้ขัดเกลาและถ่ายทอดความรู้วิชาการต่าง ๆ มาตลอดการศึกษาแก่ผู้วิจัยให้มีองค์ความรู้ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำการศึกษาครั้งนี้ และขอขอบพระคุณผู้ที่เป็นเจ้าของแนวคิด และทฤษฎีต่าง ๆ ของงานวิจัย ตำรา และบทความ ที่ให้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาศึกษาและอ้างอิงในการศึกษานี้ รวมถึงกลุ่มตัวอย่างทุกท่านอันเป็นผู้มีความสำคัญในการศึกษาครั้งนี้อย่างมากต่อการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เสียสละเวลาอันมีค่าและให้ความร่วมมือให้การสัมภาษณ์จนผู้วิจัยได้ข้อมูลที่เพียงพอ

ท้ายสุดผู้วิจัยขอขอบคุณกัลยาณมิตรของผู้วิจัยทุกท่านที่คอยให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนผู้วิจัยมาตลอดระยะเวลาการศึกษา ทั้งแรงส่งเสริมจากครอบครัว และเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ทุกท่านที่อยู่เคียงข้างมาตลอดการทำการศึกษาวิจัยฉบับนี้จนสมบูรณ์ ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่น สาขาวิชาการตลาด ที่คอยแนะนำให้คำแนะนำและช่วยเหลือ รวมถึง พี่ ๆ น้อง ๆ ในที่ทำงานที่ได้มอบโอกาสและเวลาให้ผู้วิจัยได้ทุ่มเทในการทำการศึกษาครั้งนี้อย่างเต็มที่ ตลอดจนบุคคลต่าง ๆ ที่ให้ความช่วยเหลืออีกมาก ที่ผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามได้หมดในที่นี้ ที่ได้มีส่วนช่วยให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์

นฤกร ปู่แดงอ่อน

นิยายออนไลน์ ช่องทางเลือกของนักอ่าน หรือทางรอดของนักเขียน

ONLINE NOVEL; READER'S OPTION OR WRITER'S SURVIVAL

นฤกร ปู่แดงอ่อน 6250390

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุวรรณ, Ph.D., บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., ชีรพงศ์ ปิณิจเสถิกุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

ตลอด 2-3 ปีที่ผ่านมา วงการนิยายมีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัล จากรูปเล่มหนา ๆ กลายมาเป็นเพียงเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่อ่านผ่านหน้าจอเครื่องมือสื่อสารที่พกพาได้ จนได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการเขียนนิยายของนักเขียนนิยายออนไลน์ และการอ่านนิยายของนักอ่านนิยายออนไลน์ในอดีตกับปัจจุบัน รวมถึงอิทธิพลของเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงวงการนิยายอย่างไรบ้าง

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในด้านของพฤติกรรมและทัศนคติวิเคราะห์ข้อมูล โดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักเขียนนิยายออนไลน์ มีประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า 2 ปี จำนวน 12 คน และ กลุ่มนักอ่านนิยายออนไลน์ จำนวน 18 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มนักเขียนรู้สึกว่าการเขียนนิยายออนไลน์เป็นเหมือนดาบสองคมต่อการเผยแพร่ผลงานของพวกเขา เพราะถึงแม้ว่าจะสามารถช่วยให้ผลงานของพวกเขาเป็นที่รู้จักได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น แต่ความเร็วของการสื่อสารบนโลกออนไลน์นี้ทำให้มีความผิดพลาดในการตีความข่าวสารจากปัจจัยหลาย ๆ อย่างที่ทำให้เกิดการโต้ตอบความเห็นที่ขัดแย้งกันจากประเด็นในเนื้อหา ทำให้นักเขียนต้องระมัดระวังต่อการเขียนและสร้างสรรค์ผลงาน ที่ไม่สามารถที่จะหลีกเลี่ยงความคิดเห็นที่แตกต่างกันได้ทั้งหมด 2) กลุ่มนักอ่านส่วนมากได้มีการเลียนแบบตามตัวละครในนิยายเรื่องที่ตนอ่าน อย่างเรื่องการคิด การใช้ชีวิต และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการซื้อของกินและของใช้ ซึ่งเป็นผลมาจากการอ่านนิยายและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับนิยายเรื่องนั้นผ่านการถ่ายทอดของนักเขียนด้วยความตั้งใจที่จะใส่รายละเอียดการดำเนินชีวิตให้มีความสมจริง หรือ โฆษณาจากแบรนด์ที่ทำให้ตัวละครเป็นผู้ใช้สินค้า นั้น ๆ ก็ตาม ที่ทำให้นักอ่านรับรู้ถึงสินค้าหรือแบรนด์ที่ตัวละครใช้ได้อย่างชัดเจน จนทำให้เกิดการเลียนแบบขึ้น

คำสำคัญ : นิยายออนไลน์/ สื่อสังคมออนไลน์/ การเลียนแบบ

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของหัวข้อ 1	
1.2 เป้าหมายในการทำการศึกษ	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.4 ข้อจำกัดในการศึกษา	6
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	8
2.1 ประวัติความเป็นมาของนวนิยาย	8
2.2 ความหมายของนวนิยาย	9
2.3 ความหมายของนิยายออนไลน์	10
2.4 ความหมายของนิยายแซท	11
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร	12
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล	14
2.6.1 ช่องทางดิจิทัล	15
2.7 กลยุทธ์การทำการตลาดแบบเนื้อหา	17
2.8 สื่อสังคมออนไลน์	17
2.9 ทฤษฎีการลอกเลียนแบบ	20
2.9.1 ประเภทของการเลียนแบบ	21
2.10 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	22
บทที่ 3 แผนการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล	25
3.1 วิธีดำเนินการศึกษา	26
3.1.1 การวิจัยเชิงเอกสาร (documentary research)	26
3.1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.1.3 ใช้การจดบันทึกและบันทึกเสียงของผู้ให้ข้อมูล	27
3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์	28
3.3 เครื่องมือที่ใช้และข้อคำถามในการสัมภาษณ์	29
3.3.1 ข้อคำถามในการสัมภาษณ์	29
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	31
3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	31
3.4.2 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล	32
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	32
3.5.1 วิธีสรุปผลและเชื่อมโยงความสัมพันธ์	33
3.5.2 ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา	34
3.6 ความเสี่ยงในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและแผนสำรอง	35
3.7 จริยธรรม	36
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	38
4.1 อุปสรรค	39
4.2 ความผิดพลาด	40
4.3 ความท้าทาย	41
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	42
4.4.1 การโดนจำกัดกรอบในการสร้างสรรค์ผลงาน	42
4.4.2 ช่องทางการชักจูงนักอ่านสู่การสินค้าหรือของใช้ตามตัวละคร	48
4.5 ความเห็นขัดแย้งแนวคิด	52
4.5.1 การเขียนนิยายออนไลน์ยากกว่าการเขียนหนังสือจริงหรือ	52
4.5.2 ตัวละครในนิยายออนไลน์สามารถเป็น Influencer ได้จริงหรือไม่	53
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	54
5.1 สรุปผลการวิจัย	54
5.2 ข้อจำกัดทางการวิจัย	58
5.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษารุ่นนี้	58

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป	59
บรรณานุกรม	61
ภาพผนวก	65
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์เชิงลึก	66
ประวัติผู้วิจัย	70



สารบัญรูปลูกภาพ

รูปลูกภาพ	หน้า
1.1 แบบจำลองการสื่อสารในลักษณะสองทาง (Two Way Communication)	13
1.2 แบบจำลองการสื่อสารในลักษณะสองทาง (Two Way Communication)	45



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของหัวข้อ

หากมองชีวิตของเราในตอนนี้ เราทุกคนต่างต้องยอมรับว่าทุกอย่างในชีวิตประจำวันของเรานั้นล้วนแต่เชื่อมโยงกับโลกอินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น ในการใช้ชีวิตประจำวันของเราทุกคนทั้งการติดต่อสื่อสาร การเรียน หรือการคำนวณความสะดวกต่าง ๆ จนเราต่างมีความเคยชินกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงและปรับตัวไปตามยุคสมัยของเทคโนโลยี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตของเราเป็นอันดับต้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรม การอ่าน และการบริโภคข่าวสาร ซึ่งเปลี่ยนพฤติกรรมมาเป็นการอ่านบนหน้าจอผ่านโทรศัพท์มือถือ หรือคอมพิวเตอร์ แทนการอ่านหนังสือเป็นเล่ม ๆ กันมากขึ้น ทั้งการเข้าถึงข้อมูลที่มีความรวดเร็ว หลากหลาย และการเลือกรับเฉพาะสิ่งที่ตนเองสนใจได้ เราจึงเห็นภาพผู้คนมากมายนั่งก้มดูโทรศัพท์มือถือ หรือแท็บเล็ตที่สามารถพกพาได้กันตามสถานที่หรือบนรถโดยสารสาธารณะกันจนชินตา เทคโนโลยีจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการทำให้หนังสืออิเล็กทรอนิกส์เกิดขึ้นมากมายในเวลาไม่กี่ปี

จากการเติบโตอันรวดเร็วทางโลกโซเชี่ยลเน็ตเวิร์คและสื่อออนไลน์ในเวลานี้ หากย้อนถึงช่วงเวลาก่อนหน้านั้นเราอาจจะเคยเห็นผู้หลักผู้ใหญ่ขำ ๆ เราตื่นเช้ามานั่งอ่านหนังสือพิมพ์ หรือหยิบนิตยสารมาตามเทรนด์ต่าง ๆ กันอยู่บ้าง แต่ตอนนี้สื่อสิ่งพิมพ์ที่เคยเป็นสื่อสำคัญของคนไทย ได้ทยอยโบกมือลาและทยอยปิดตัวลง ทั้งสำนักพิมพ์และนิตยสาร ซึ่งในอุตสาหกรรมหนังสือทั้งในส่วนของสำนักพิมพ์และร้านหนังสือเองก็ตกอยู่ในสภาวะชะลอตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง เหตุจากการที่คนไทยส่วนใหญ่หันไปบริโภคหรือรับข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์แทน เมื่อเราได้มองย้อนไปตามเส้นทางการเติบโตของตลาดสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ที่ผลรวมรายได้อยู่ที่ประมาณ 29,300 ล้านบาท และมีการลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยผลรวมล่าสุดในปี พ.ศ. 2561 ลดลงมาอยู่ที่ประมาณ 20,000 ล้านบาท (บีเอสทีบางกอก, 2563) เมื่อกระแสความนิยมของหนังสือแบบรูปเล่มลดลง ทำให้สำนักพิมพ์หลายแห่งต้องหันมาปรับเปลี่ยนแพลตฟอร์มในการจำหน่ายหนังสือให้เป็นรูปแบบของอีบุ๊กมากขึ้น เพื่อตอบสนองกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงต้นทุนของการผลิตอีบุ๊กยังมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าหนังสือรูปเล่มอีกด้วย จึงส่งผลให้ให้ตลาดอีบุ๊กแซงหน้าตลาดหนังสือรูปเล่มไปได้ โดยหากกล่าวถึงอัตราการเติบโต

เฉลี่ยต่อปีของตลาดอีบุ๊กของประเทศไทยจะอยู่ที่ 14% จากมูลค่าตลาด 2,960 ล้านบาทในปี 2560 เพิ่มขึ้นเป็น 5,705 ล้านบาทในปี 2565 เช่นเดียวกับส่วนแบ่งการตลาดของอีบุ๊กที่จะเพิ่มจาก 7.4% ในปี 2560 เป็น 14.1% ในปี 2565 และในทางตรงกันข้าม หนังสือแบบรูปเล่มจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีลดลง 1.3% เป็น 34,655 ล้านบาทในปี 2565 ส่วนใหญ่คือหนังสือแบบกระดาษจะเป็นผู้ใหญ่ วัยทำงาน รวมถึงคนที่ยังคงรักการเข้าห้องสมุด หรืออ่านหนังสือเป็นรูปเล่มอยู่ (พีดับเบิ้ลยูซี, 2561) ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลทำให้ยอดขายหนังสือและยอดอ่านบนโลกออนไลน์กลับขึ้นสวนทาง หากพูดถึงหมวดหนังสือยอดฮิตก็คงปฏิเสธไม่ได้ว่าหนังสือนิยายถือเป็นประเภทหนังสือที่มีการจัดลำดับอยู่ในลำดับต้น ๆ ของการอ่านหนังสือของคนไทย โดยผลสำรวจสำหรับหมวดหมู่หนังสือที่เป็นที่นิยมของผู้อ่าน 5 อันดับแรกคือ หนังสือนิยาย 49% รองลงมาคือหนังสือเกี่ยวกับงานอดิเรก 40%, หนังสือด้านธุรกิจ 34%, สารคดี 26% และ วิทยาศาสตร์ 21% (บีแอลทีบางกอก, 2562) ถือว่าเป็นหมวดที่ครองใจผู้อ่านตลอดกาล โดยเฉพาะในปัจจุบันที่นิยายออนไลน์เป็นกระแสในวงกว้าง ทำให้ทุกคนเข้าถึงนิยายได้ทุกรูปแบบ และสามารถติดตามได้ตลอดเวลา ไม่มีทางที่จะพลาดการอัปเดตไม่ว่าจะอยู่ในสถานการณ์ใด ก็สามารถรู้ถึงการอัปเดตของนิยายได้ทันที จนโลกของนิยายออนไลน์จัดได้ว่าเป็นสังคม (Community) ขนาดย่อม ๆ ของเหล่านักอ่าน การมี “แอปฯ” ในการอ่าน e-book รูปแบบใหม่ ๆ ที่สามารถดาวน์โหลดและเข้าถึงได้อย่างง่ายดาย สำหรับใช้เป็นสื่อกลางส่งผ่านการเล่าเรื่องจากผู้เขียนไปสู่ผู้อ่าน ตัวอย่างแอปพลิเคชัน อาทิ จอยลดา, รัชวลัย, Fictionlog, ReadAWrite และ Ookbee เป็นต้น โดยมีทั้งรูปแบบการเขียนนิยายที่พัฒนาจากรูปแบบเดิมมาสู่การเขียนบนแพลตฟอร์มออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านเอกลักษณ์การเล่าเรื่องของเหล่านักเขียนทั้งการบรรยายการใช้ภาษา การหยิบยกเนื้อหาข่าวสารหรือกระแสในปัจจุบันมาเล่าเรื่อง ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ และอีกมากมาย โดยเฉพาะกับผู้อ่านกลุ่ม Gen Y, Gen Z ที่มักจะไม่ทนกับการอ่านหนังสือนาน ๆ หรือข้อความยาว ๆ หรือมีลักษณะการอ่านแบบที่เรียกว่า “hyper reading” คือ อ่านแบบสมาธิสั้น หรืออ่านแบบเร็ว ๆ พวกเขามักจะมีความคุ้นชินกับการพิมพ์แชท หรืออ่านข้อความสั้น ๆ เนื้อหาสั้น ๆ แ่ละลงเป็นตอน ๆ ติดต่อกันเรื่อย ๆ จึงมีการพัฒนารูปแบบการอ่านอีกรูปแบบ กลายเป็นนิยายแชท ที่ใช้รูปแบบการแชทของคนเราในชีวิตประจำวันถ่ายทอดออกมาเป็นเรื่องราวให้ผู้อ่านได้ติดตามและรู้สึกมีส่วนร่วมในบทสนทนานั้น ที่สามารถมาแชร์ประสบการณ์การอ่าน แสดงความคิดเห็นถึงเนื้อหาของนิยายในตอนนั้น ๆ กับเพื่อนที่มีความชอบในแนวเดียวกันได้ รวมถึงยังเป็นช่องทางที่ได้ติดต่อกับนักเขียนที่ตนติดตามผลงาน และนักเขียนก็สามารถรับรู้ฟีดแบคและโต้ตอบกับนักอ่านได้แบบเรียลไทม์อีกด้วย และพูดคุยกับบนโลกออนไลน์หรือการรีวิวที่ทำให้กลายเป็นนิยายในกระแสได้ ทั้งการเขียน การเล่าเรื่องของนิยาย รูปแบบการอ่านนิยายในรูปแบบออนไลน์จะทำให้โลกแห่งเขียนนิยายเปลี่ยนแปลงไปมากขึ้นอย่างแน่นอน อย่างไรก็ตาม ในจุดนี้นับว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงที่

สะท้อนวงการหนังสือรูปแบบเดิมอย่างมาก หลายคนมีความคิดที่ว่าหรือนี้ “คือการมาถึงจุดจบของวงการหนังสือและสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย” แต่ก็ยังมีอีกหลายคนที่ยังเชื่อมั่นว่า “ยังหนังสือก็ไม่มีวันตาย” อยู่ไม่น้อย จากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมต่อการอ่านนิยายของคนไทยที่ทำให้รูปแบบการอ่านแตกต่างไปจากเดิม เหล่านักเขียนจะมีวิธีการหรือปรับตัวอย่างไรกับการเขียนนิยายออนไลน์และแพลตฟอร์มออนไลน์ที่พัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยความสนใจในเรื่องของนิยายออนไลน์จึงอยากทำการศึกษาเบื้องต้นเบื้องหลังชีวิตและการทำงานของนักเขียนนิยายออนไลน์ในประเทศไทยว่าเขามีวิธีหรือกลยุทธ์ในการเขียนและดึงดูดผู้อ่านเข้ามาใช้สื่อสังคมออนไลน์แทนนิยายรูปแบบเดิมและสังเกตเห็นว่าควรศึกษาถึงแนวโน้มของการเติบโตหนังสือบนโลกออนไลน์จากนิยายออนไลน์ที่เป็นที่นิยมว่าตอนนี้และในอนาคตเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างไรจึงจะทำให้หนังสือเป็นแค่ตำนานหรือสามารถเดินเป็นเคียงข้างไปด้วยกันได้ในยุคสังคมไร้พรมแดน เพื่อให้ได้ซึ่งคำตอบและนำมาพัฒนากลยุทธ์รวมถึงวิธีการเพื่อให้ทั้งผู้ผลิตและออกแบบเว็บไซต์นิยายออนไลน์ นักเขียนนิยาย และธุรกิจหนังสือที่สนใจการศึกษาเรื่องนี้ได้เข้าใจพฤติกรรมและรักษาลูกค้าแต่ละ Generation ไว้ได้

1.2 เป้าหมายในการทำการศึกษา

1. การพัฒนารูปแบบของแพลตฟอร์มออนไลน์ของนิยายไทยในปัจจุบันที่เปรียบเป็นสื่อกลางให้นักอ่านกับนักเขียนสามารถสื่อสารถึงกันได้อย่างอิสระและรูปแบบการนำเสนอในแต่ละแพลตฟอร์มที่มีความแตกต่างกันนั้น ทำให้นักเขียนมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือเทคนิคในการเขียนและถ่ายทอดเรื่องราวให้ผู้อ่านได้เข้าใจและติดตามนิยายของตนเองจากรูปแบบเดิมอย่างไรบ้าง

เพื่อที่จะตอบประเด็นเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์และความแตกต่างเมื่อนักเขียนนิยายมาเข้าวงการนิยายออนไลน์ เนื่องจากการเขียนนิยายแต่เดิมเป็นการเขียนหรือตีพิมพ์ลงบนสิ่งพิมพ์ที่เมื่อผู้เขียนทำการเรียบเรียงเนื้อหาทั้งหมดเสร็จ ถึงจะทำการตีพิมพ์ และนำไปขายเพื่อเผยแพร่เนื้อหาและผลงานของตนเองสู่มือผู้อ่านนิยายได้ เนื้อเรื่องก็จะมีเพียงแค่การบรรยายกับบทสนทนาผ่านการเล่าเรื่องเท่านั้น นักอ่านจะอ่านได้จนจบเรื่องทันทีตามเนื้อเรื่องที่คุณเขียนได้กำหนดแนวทางของเรื่องนั้นไว้ แต่ในโลกออนไลน์ผู้เขียนจะต้องเขียนเป็นตอน ๆ เพื่อลงนิยายของตนจนจบ นักเขียนเหล่านั้นจะทำให้ผู้อ่านรู้สึกอยากติดตามไปจนจบได้อย่างไร เพื่อที่จะรักษานักอ่านของตนไว้ได้ และในเวลาเดียวกันนักอ่านทุกคนสามารถเข้าชม แสดงความคิดเห็น และวิจารณ์นิยายได้ทันทีเมื่ออ่านจบนั้นจะมีผลต่อการกำหนดทิศทางในการดำเนินเรื่องต่อไปของนักเขียนและเอกลักษณ์ของการเขียนเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ นอกจากนี้แพลตฟอร์มใหม่อย่างนิยายแซทที่เป็นกระแสและการ

เข้ามาของนักเขียนหน้าใหม่ที่มีมากขึ้นทำให้วงการนักเขียนมีการแข่งขันที่สูงและมีความยากง่ายจากแต่เดิมมากน้อยแค่ไหน

2. การสอดแทรกเนื้อหาจากเรื่องราวหรือสิ่งที่เป็นกระแสในขณะนั้น เช่น เศรษฐกิจ การเมือง ดารา หรือประเด็นต่าง ๆ ที่เป็นกระแสในสังคม มีผลมากน้อยแค่ไหนต่อความสนใจและความรู้สึกมีส่วนร่วมในการอ่านของนักอ่าน

เพื่อที่จะสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับการใช้สื่อออนไลน์และเทคนิคการเขียนที่ ในเมื่อนิยายเป็นการแต่งเรื่องราวที่มีความเสมือนจริงในการที่นักเขียนได้ถ่ายทอดเรื่องราวผ่านมุมมองต่าง ๆ เพื่อสื่อสารออกไปยังผู้อ่าน ผู้อ่านได้รับความรู้สึกถึงการเข้าเนื้อเรื่องได้จากสิ่งใดของการเล่าเรื่องของนักอ่าน เช่น บทสนทนา หรือสนทนาผ่านข้อความแชท การบรรยาย และมีมุมมองต่อการนำเรื่องราวหรือข่าวสารที่เป็นความจริงที่ถูกนำไปใส่ในเนื้อเรื่องเป็นอย่างไรเนื่องจากเมื่อเป็นนิยายออนไลน์การที่นักเขียนสามารถเปลี่ยนแปลงหรือปรับแต่งเนื้อหาของตนเองให้ทันสมัยได้อยู่เสมอ นอกจากนี้การที่นักอ่านจะชอบหรือติดตามเรื่องใดเรื่องหนึ่งนักอ่านคำนึงถึงสิ่งใดเป็นสำคัญ

3. เมื่อเทคโนโลยีมีเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อวงการนิยาย ทั้งในส่วนของ การออกแบบเว็บไซต์ หรือการอัพเดทแอปพลิเคชันใหม่ ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเขียนจากบรรยายเป็นข้อความยาว ๆ การอ่านข้อความยาว ๆ กลายเป็นข้อความแชทสั้น ๆ ที่มีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาให้ทันต่อยุคสมัย นักเขียนและนักอ่านมีความรู้สึกอย่างไรต่อสื่อที่ถูกใช้เป็นช่องทางในการเขียนและอ่าน

เพื่อตอบคำถามจะเน้นเกี่ยวกับการพัฒนาและออกแบบสื่อกลางสำหรับการเขียนและอ่านนิยายออนไลน์ เพื่อให้ได้คำตอบถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการอ่านและเขียนนิยายออนไลน์ในมุมมองของนักเขียนและผู้อ่านที่เกิดความพึงพอใจต่อการมีอยู่และการใช้สื่อเหล่านี้ในการเข้าถึงกันอย่างไร และในด้านใดหรือเรื่องใดที่รู้สึกเกิดประโยชน์ต่อการใช้งานของตนเอง จนทำให้ใช้ช่องทางนี้เป็นหลักสำหรับการอ่านหนังสือนิยายจนถึงปัจจุบัน

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา ได้จัดกลุ่มของบุคคลและธุรกิจที่สามารถนำประโยชน์จากการศึกษาเรื่องนี้ไปใช้ได้ ดังนี้

ประโยชน์ต่อกลุ่มนักเขียน

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มนักอ่านซึ่งเป็นกลุ่มที่นักเขียนต้องคำนึงถึงเพื่อศึกษาพฤติกรรมและการรับรู้ของกลุ่มนักอ่านว่ามีปัจจัยใด และอิทธิพลใดที่มีผลต่อ

การอ่านนิยายออนไลน์ของนักอ่านรวมถึงข้อมูลที่จะช่วยให้นักเขียนได้เข้าถึงและเข้าใจผู้อ่านมากขึ้น ทั้งในเรื่องความชอบ ต่อตัวละคร ต่อการดำเนินเรื่อง เข้าถึงกลุ่มนักอ่านจากช่องทางใด หรือแม้แต่วเวลาที่นักอ่านเข้ามาใช้งานในการอ่านนิยายมากที่สุด ซึ่งนักเขียนสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ผลในการศึกษาไปพัฒนาผลงานการเขียนของตน การเพิ่มช่องทางหรือกลยุทธ์ในการสื่อสารกับกลุ่มนักอ่านหรือผู้ติดตาม การตามเทรนด์ที่กลุ่มผู้อ่านสนใจ และรวมไปถึงเป็นแนวทางต่อยอดในการเติบโตบนเส้นทางของนักเขียนออนไลน์จนกลายเป็นอาชีพ

ประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจหรือผู้ที่สนใจในการเขียนนิยายออนไลน์

นอกจากการสัมภาษณ์กับกลุ่มนักอ่านแล้ว เรายังทำการศึกษากับกลุ่มนักเขียนที่เป็นนักเขียนอาชีพและนักเขียนอิสระที่มีผลงาน โดเด่นบนโลกนิยายออนไลน์ถึงประสบการณ์ในการเขียนนิยาย รวมถึงวิธีการเขียนและการใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ประยุกต์ใช้กับผลงานของตน ซึ่งบุคคลที่มีความสนใจหรือต้องการศึกษาเกี่ยวกับการเขียนนิยายในปัจจุบัน สามารถนำข้อมูลจากการศึกษาไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการฝึกฝนและพัฒนาตนเองในการเริ่มต้นเป็นนักเขียน หรือศึกษาเพื่อเป็นความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับวงการนักเขียนนิยายและนิยายออนไลน์ว่าเบื้องหลังการทำงานของนักเขียนนิยายจับปากกาและนักเขียนนิยายออนไลน์ที่ใช้เป็นพิมพ์มีความแตกต่างกันและมีเรื่องราวที่พบเจอในช่วงการเขียนนิยายจนออกมาเป็นนิยายหนึ่งเรื่องและมีคนติดตามผลงานนั้นเป็นอย่างไรบ้าง

ประโยชน์ต่อสำนักพิมพ์หรือร้านหนังสือ

สำหรับสำนักพิมพ์หรือร้านหนังสือ สามารถใช้ในการศึกษาพฤติกรรมทั้งนักเขียนนิยายและนักอ่านนิยายในปัจจุบัน โดยนำข้อมูลจากพฤติกรรมส่วนใหญ่ว่ามีแนวโน้มต่อการใช้เทคโนโลยีในการอ่านหนังสือมากขึ้นเพียงใด เพื่อที่จะวิเคราะห์แนวโน้มของการอ่านหนังสือนิยายในไทยว่าควรจะมีการปรับเปลี่ยนหรือพัฒนากลยุทธ์สำหรับสำนักพิมพ์และร้านหนังสือที่มีผลงานประเภทนิยายเป็นสำคัญ ทำให้สามารถเข้าใจพฤติกรรมและเข้าถึงกลุ่มนักอ่านและนักเขียนยุคใหม่ได้มากขึ้นว่ามีความต้องการหรือความชอบที่แตกต่างหรือเปลี่ยนไปจากเดิมในจุดไหน และสามารถรักษากลุ่มลูกค้าที่ยังคงชื่นชอบในการอ่านนิยายแบบเล่มหรือมีกำลังในการซื้อได้

ประโยชน์ต่อผู้ให้บริการแอปพลิเคชันและเว็บไซต์นิยายออนไลน์

ผู้ผลิตหรือพัฒนาแอปพลิเคชันและเว็บไซต์สำหรับนิยายออนไลน์ที่ได้ศึกษาเรื่องนี้ได้อ่านและมองเห็นข้อดีและข้อเสียที่จากความเห็นเชิงลึกจากทั้งนักเขียนนิยายออนไลน์และนักอ่านนิยายออนไลน์ที่ผ่านประสบการณ์ใช้งานจริง ๆ ต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์สำหรับการอ่านนิยายออนไลน์โดยตรงทั้งความเห็นต่อเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของตนเองหรือของกลุ่ม รวมถึงความ

ต้องการที่แท้จริงของกลุ่มผู้ใช้งานหลัก ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ก็จะสามารถนำไปใช้ต่อยอดในการพัฒนาปรับปรุงและการออกแบบตัวแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ให้เกิดความพึงพอใจและประโยชน์สูงสุดต่อผู้ใช้งานและเป็นแนวทางในการรักษาฐานผู้ใช้บริการทั้งนักเขียนและผู้อ่านได้พร้อมทั้งเพิ่มยอดผู้ใช้งานในอนาคต

1.4 ข้อจำกัดในการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องนิยายออนไลน์ยุคใหม่ ช่องทางเลือกของนักอ่าน หรือทางรอดของนักเขียน

ได้มีข้อจำกัดในอันดับแรกคือเรื่องของเวลาที่ใช้ในการศึกษา เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้มีระยะเวลาในการเก็บข้อมูลหรือการสัมภาษณ์ในระยะเวลาค่อนข้างสั้น ร่วมกับผู้ศึกษามีภาระการงานประจำของตัวเองและการศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษามีการทำการศึกษา สัมภาษณ์ รวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ผลเพียงเท่านั้น ทำให้มีระยะเวลาในการทำการศึกษาในแต่ละขั้นตอน โดยเฉพาะในการสัมภาษณ์ที่จำกัดเป็นอย่างมากเมื่อเทียบกับจำนวนและความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการสัมภาษณ์ ทั้งในเรื่องของเวลา และการเดินทาง ซึ่งอาจทำให้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างไม่ครบถ้วนหรือไม่สามารถสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่ต้องการได้ทันตามกำหนดเวลา

อันดับสองด้วยในการศึกษาครั้งนี้ระยะเวลาในการศึกษาอยู่ในช่วงของสถานการณ์โควิด-19 ทำให้มีการจำกัดในเรื่องของการเดินทางและระยะห่างหรือ Social Distancing และการสัมภาษณ์เพิ่มขึ้น ทั้งเรื่องของสถานที่ที่ต้องระวังพื้นที่หรือสถานที่ที่มีความเสี่ยงหรืออยู่ในเขตที่มีความเสี่ยงในการติดโควิดสูง ทำให้ต้องระมัดระวังในการจัดหาสถานที่สำหรับนัดหมายเพื่อสัมภาษณ์เพราะสถานที่จะต้องมีความสะดวกต่อตัวผู้ถูกสัมภาษณ์ด้วย และในสถานการณ์โควิด มีความจำเป็นที่จะต้องทำตามมาตรการป้องกันโควิดอย่างเคร่งครัดด้วยการใส่หน้ากากอนามัยเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดซึ่งเป็นเหตุทำให้ความเข้มข้นของข้อมูลหรือการสื่อสารลดลง เช่น เสี่ยงสัมภาษณ์ที่เบาว่าปกติก็อาจส่งผลกระทบต่อการบินที่เสี่ยง ไม่สามารถสังเกตสีหน้าระหว่างตอบคำถามได้อย่างเต็มที่ ซึ่งจะส่งผลให้อาจเกิดความล่าช้าต่อการสัมภาษณ์ ทำให้บทสนทนาและรายละเอียดของข้อมูลในบางช่วงระหว่างการสัมภาษณ์ไม่ชัดเจน ไม่ครบถ้วน

อันดับที่สี่สืบเนื่องมาจากกรณีที่ผู้สัมภาษณ์ไม่สามารถเดินทางมาในสถานที่นัดหมายได้และจำเป็นที่จะต้องมีการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น วิดีโอคอล ที่มีข้อจำกัดในส่วนของสัญญาณเครือข่ายที่อาจจะเกิดความไม่เสถียรและทำให้การสนทนาไม่ราบรื่นตลอดช่วงเวลาที่

อันดับสุดท้ายอันเนื่องมาจากข้อจำกัดที่กล่าวไว้ข้างต้น ส่งผลต่อการหาและติดต่อกกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งอาจจำเป็นที่จะต้องใช้กลุ่มตัวอย่างที่ผู้ศึกษาสามารถติดต่อได้สะดวกหรือใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (convenience sampling) เพื่อช่วยให้สามารถสัมภาษณ์ได้ทันตามกำหนดเวลา โดยเลือกผู้สัมภาษณ์ตามความสะดวกของผู้ศึกษาที่สามารถให้ข้อมูลที่ได้แต่ก็ต้องอยู่ในกลุ่มของประชากรที่สนใจศึกษา แต่ก็อาจทำให้ได้มาของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศเดียวกับผู้ศึกษาเป็นส่วนใหญ่ ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ครอบคลุมถึงหน่วยประชากรทั้งหมดอย่างแท้จริง ข้อมูลที่ได้ อาจมีความคลาดเคลื่อนได้ และข้อมูลขึ้นอยู่กับ การเก็บข้อมูลของผู้ศึกษา



บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การค้นคว้าอิสระ เรื่องนิยายออนไลน์ยุคใหม่ ช่องทางเลือกของนักอ่าน หรือทางรอดของนักเขียน ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวความคิดและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเขียน และการอ่านนิยายออนไลน์ ของนักเขียนและนักอ่านนิยายออนไลน์ชาวไทยในปัจจุบัน และเพื่อเป็นการทำให้การศึกษาครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือ จึงมีการอ้างอิงข้อมูลของความหมาย แนวคิดและทฤษฎี จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1 ประวัติความเป็นมาของนวนิยาย
- 2.2 ความหมายของนวนิยาย
- 2.3 ความหมายของนิยายออนไลน์
- 2.4 ความหมายของนิยายแซท
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร (Communication)
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)
- 2.7 กลยุทธ์การทำการตลาดแบบเนื้อหา (Content Marketing)
- 2.8 สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media-SM)
- 2.9 ทฤษฎีการลอกเลียนแบบ (Imitation Theory)
- 2.10 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification)

2.1 ประวัติเป็นมาของนวนิยาย

นวนิยายเป็นรูปแบบวรรณกรรมที่ใหม่สำหรับต่างชาติหรือฝรั่ง จึงได้มีการเรียกนวนิยายว่า NOVEL ที่แปลว่าของใหม่ เป็นสิ่งที่ที่สืบเนื่องมากจากการเล่านิยายที่เป็นพฤติกรรมธรรมชาติของมนุษย์ ซึ่งนวนิยายถือเป็นเรื่องเล่าที่ไม่มีบุคคลที่เป็นบุคคลจริง ๆ และมีความยาว ซึ่งเป็นทั้งเรื่องจริงและเรื่องที่สมมุติขึ้น กล่าวคือ แม้บุคคลนั้นจะไม่มีจริงและพฤติกรรมต่าง ๆ จะไม่ได้เกิดขึ้นจริง แต่ตัวละครในนวนิยายนั้นก็เป็นที่ยอมรับว่าเป็นแบบฉบับของบุคคลที่มีชีวิตจริง ซึ่งนวนิยายก็มีการพัฒนารูปแบบการใช้ชีวิต วัฒนธรรมตามยุคตามสมัย

นวนิยายในไทยถือกำเนิดครั้งแรกราวสมัยรัชการที่ ๕ ตอนปลาย โดยนิยายเรื่องแรกเป็นนิยายแปลเต็ม คือ เรื่อง “ความพยายาม” โดย แม่วัน ส่วนนิยายไทยเรื่องแรกโดยนักเขียนไทยมักกล่าวถึงเรื่อง “สนุกนี่นิก” โดยกรมหลวงพิชิตปรีชากร และมีการเขียนนิยายเรื่อยมา ซึ่งนิยายรักถือเป็นนิยายตลอดกาลเพราะเป็นสิ่งที่เข้ามาเติมเต็มชีวิตให้มีสีสัน (พรพิรุณ หุ่นรอด, 2559)

ต่อมาในช่วงเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงและเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อการใช้ชีวิตของผู้บริโภคมากขึ้น ยุคแรก ๆ ที่มีการเปิดเว็บไซต์ให้นักเขียนลงเรื่องของตนเอง 2 แห่ง คือ เว็บ เจเจบุ๊ก และเว็บพันทิป (อรพินท์ คำสอน, 2556) เป็นยุคที่นักเขียนเติมโตมาพร้อมกับสื่อสิ่งพิมพ์ ให้ความสำคัญกับความถูกต้องของภาษาไทย และงานเขียนส่วนใหญ่จะเน้นที่ด้วยภาษาที่มีการบรรยายมากกว่าภาษาแบบบทสนทนา

ประมาณปี 2540 ได้เปิดตัวเว็บไซต์นิยายออนไลน์ที่มีการพัฒนาให้มีความทันสมัยมากขึ้นจากเว็บไซต์อื่น ๆ อย่างเด็กดี (Dek-d.com) และเป็นจุดกำเนิดของการเขียนและเผยแพร่ผลงานด้วยนวัตกรรม ส่งผลให้รูปแบบและเนื้อหาของนวนิยายมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีผสมผสานและนำเสนอต่อผู้บริโภค (รัตติยา กาญจนานิกุล โยกุล และปรีกา อัครจันทโชติ) และทำให้นักเขียนมีการปรับแต่งเรื่องราวให้เข้ากับบริบทสังคมไทยในปัจจุบันที่มีความหลากหลาย ๆ ตลอดจนการใช้ภาษาบทสนทนาและสื่อต่าง ๆ ซึ่งผู้เขียนก็จะได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่านมากขึ้นในชุมชนนิยายออนไลน์ และในกลางปี 2560 รูปแบบของนิยายก็เริ่มเปลี่ยนไปจากแต่ก่อนเมื่อพูดถึงนิยายออนไลน์ หลายคนหากกล่าวถึงนิยายก็มักจะนึกถึงเรื่องที่เต็มไปด้วยบทบรรยาย แต่ในยุคนี้นิยายกลับถูกถ่ายทอดเล่าเรื่องราวผ่าน บทสนทนา ในรูปแบบข้อความ แชน (ปีคอมมอน, 2561) หรือแพลตฟอร์มใหม่ของชุมชนนิยายออนไลน์ที่ออกแบบให้ตอบโต้กับกลุ่ม Millennials จนถึงคน Gen Y และมีรูปแบบการนำเสนอในในรูปแบบหน้าต่างแชท ที่ให้ความรู้สึกเหมือนกำลังอ่านแชท LINE นั้นเอง ส่งผลให้เริ่มมีการใช้ภาษาวิบัติ เพื่อให้เกิดความสมจริงที่นักเขียนใส่ลงไปให้นิยายด้วยความตั้งใจ ซึ่งนิยายแชทในปัจจุบันได้อิทธิพลมาจาก Seen แอปพลิเคชันเกมรูปแบบแชทจากค่าย Polychroma ของประเทศญี่ปุ่น โดย บริษัท อุกบี จำกัด ได้เริ่มเปิดตัวนิยายแชทจอยลดเข้าสู่ตลาดแอปพลิเคชันและเป็นกระแสอย่างแพร่หลายสู่โซเชียลมีเดีย (ฟอร์บส์ไทยแลนด์, 2561)

2.2 ความหมายของนวนิยาย (Novel)

นวนิยาย (Novel) มีผู้ให้ความหมายดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525) ให้ความหมายว่านิยาย หมายถึงเรื่องเล่าต่อกันมา หมายถึงความไม่แน่นอนหรือไม่ใช่ความจริงทั้งหมด มีการแต่งเสริมเติมแต่งเรื่องราวนั้นจะต่างไปจากชีวิต

Burgess A.(n.d.) ได้ให้ความหมายว่า นวนิยาย หมายถึง การสร้างสรรค์เรื่องเล่าแบบร้อยแก้วที่มีความยาวค่อนข้างมากและมีเนื้อหาที่ซับซ้อนมีจินตนาการพร้อมกับประสบการณ์ของมนุษย์ โดยปกติจะเล่าผ่านสถานการณ์ที่สอดคล้องและเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนที่คิดขึ้นมาโดยเฉพาะสำหรับเรื่องราว ประเภทของวรรณกรรมจะถูกล้อมรอบด้วยชนิดและสไตล์มากมายภายใต้กรอบของผลงาน เช่น เสียดสีสังคม รูปแบบจดหมาย ประวัติศาสตร์

และ Burgess A.(n.d.) ยังให้ความหมายเพิ่มเติมว่า นวนิยาย เป็นบันเทิงคดีประเภทหนึ่ง บันเทิงคดีอาจเรียกได้ว่าเป็นงานศิลปะหรืองานฝีมือของงานประดิษฐ์ผ่านงานเขียน เพื่อแสดงถึงชีวิตของมนุษย์ซึ่งเป็นการให้ความรู้หรือความเพลิดเพลินหรือทั้งสองอย่างควบคู่ไปพร้อมกัน

นิยายจึงได้ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. Fiction คือ นิยายที่เป็นเรื่องแต่งขึ้น
2. Non-Fiction คือ นิยายที่เกิดขึ้นจริง

โดย กรีนเลนท์ (2562) ยังได้แบ่งประเภทของนิยายเป็นภาพรวมกว้าง ๆ ได้ดังนี้

- นิยายลึกลับ คือ เรื่องราวเกี่ยวกับอาชญากรรมที่ต้องมีการแก้ไขเหตุการณ์หรือเรื่องราวการฆาตกรรม ตลอดทั้งเรื่อง ใช้ตัวละครที่เป็นนักสืบค้นหาหรือเปิดเผยปมคดีต่าง ๆ
- นิยายวิทยาศาสตร์และแฟนตาซี คือ เป็นนิยายเกี่ยวกับ โลกขนาดหรือการจินตนาการถึงโลกที่มีความแตกต่างจากความจริง
- นิยายสยองขวัญหรือระทึกขวัญ คือ นิยายที่สร้างอารมณ์หรือทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้อึ้งกลัว
- นิยายโรแมนติกหรือนิยายรัก เป็นแนวความรัก เล่าเรื่องราวความรักทุกเพศทุกวัย เพื่อฝันหรือประสบการณ์จริง เน้นอารมณ์ถ่ายทอดความรู้สึก แต่มีทั้งเรื่องที่จบแบบสมหวังและไม่สมหวัง
- นิยายอิงประวัติศาสตร์ คือ เป็นเพียงเรื่องสมมติที่เคยเกิดขึ้นหรือเกิดขึ้นในเวลาที่ผ่านมา อาจเป็นเรื่องสมมติ หรือนำบุคคลสำคัญในประวัติศาสตร์มาเล่าอ้างอิงเหตุการณ์ต่าง ๆ
- นิยายแนวสัจนิยม คือ เป็นการเล่าเรื่องที่สามารถเกิดขึ้นในโลกจริง ๆ ให้ความสำคัญและเน้นกับเรื่องราวแห่งความเป็นจริง

2.3 ความหมายของนิยายออนไลน์

เมื่อพูดถึงนิยายในสื่อสังคมออนไลน์ เด็กดีดอทคอม (2550) ได้ให้ความหมายนิยายออนไลน์ หมายถึง ข้อเขียนที่ถูกสร้างสรรค์โดยนักเขียนหน้าใหม่ ความยาวเพียงไม่กี่ตอน ไปจนถึง

ขนาดยาวซึ่งมีเนื้อหาหลายร้อยตอน นักเขียนมือใหม่ต่างนำผลงานของตนมาเผยแพร่ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้อ่านสามารถเลือกแนวเรื่องที่ตนเองชอบอ่านได้

Benjamin W. (อ้างถึงใน กนกกาญจน์ หมอยา,2552) ได้กล่าวถึงนิยายออนไลน์ว่าเป็น การที่นักเขียนและนักอ่านไม่ต้องอยู่ในกรอบปฏิบัติของแวดวงวรรณกรรมเดิม การมีพื้นที่ใหม่ ๆ เป็นอิสระในการเขียนผลงานของตนเองมากขึ้นและแตกต่างจากแบบเก่า ๆ ที่ผ่านมา เช่น

1. การเขียนรูปแบบเดิม นักเขียนอาจจะต้องพิจารณาหรือตีพิมพ์รูปแบบหรือตีพิมพ์เป็น ตอน ๆ ในนิตยสารเท่านั้น นิยายออนไลน์จึงเป็นทางเลือกใหม่ในการเปิดพื้นที่ให้แก่ักเขียน สามารถเข้าถึงนักอ่านได้โดยตรงและไม่จำเป็นต้องผ่านบรรณาธิการเพื่อเผยแพร่งาน

2. หากจะเขียนเพื่อเสนอขายสำนักพิมพ์ สามารถเลือกสำนักพิมพ์ที่ตรงกับแนวการ เขียนของตนเองได้หรือการ โปสลงบนเว็บไซต์แล้วสำนักพิมพ์สนใจจะมีการทบทวนชื่อลิขสิทธิ์ ได้ทันที

3. นักเขียนสามารถทยอยโพสต์นิยายไว้ลงเป็นตอน ๆ และนักเขียนสามารถแต่งพร้อม กันหลาย ๆ เรื่องได้ โดยจำเป็นไม่ต้องแต่งให้เรื่องในทันที

4. พล็อตเรื่องมีความยืดหยุ่นและเปิดโอกาสให้ผู้อ่านแสดงความคิดเห็น ซึ่งสามารถนำ ความคิดเห็นนั้นไปปรับปรุงเนื้อเรื่องให้ตรงใจผู้อ่านได้ทันที

5. นักอ่านส่วนมากพอใจกับการอ่านนิยายออนไลน์เพราะมีทางเลือกหลากหลาย รูปแบบ เมื่อพอใจเรื่องใดก็สามารถบันทึกหรือตามชื่อเก็บที่หลังได้ ลดความเสี่ยงและสิ้นเปลืองใน การซื้อนิยายที่ไม่เคยอ่านมาก่อนแบบรูปเล่ม

6. การอ่านนิยายผ่านระบบออนไลน์เป็นสิ่งที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้และมีค่าใช้จ่ายที่ ถูกกว่าหรือไม่เสียเลยก็มี ซึ่งเป็นอีกทางเลือกให้แก่คนที่ไม่ต้องการซื้อหนังสือหรือไม่สามารถซื้อ หนังสือแบบตีพิมพ์ได้

2.4 ความหมายของนิยายแซท

แต่เดิมนิยายมีเพียงแค่การบรรยายหรือพรรณนาเท่านั้น แต่ในปัจจุบันมีแพลตฟอร์ม อ่านนิยายออนไลน์รูปแบบใหม่ที่เรียกว่า นิยายแซท

Sookprasert (2020) ได้ให้ความหมายของ นิยายแซท คือ รูปแบบของนิยายอย่างหนึ่ง ที่ ได้นำเสนอในลักษณะที่เหมือนผู้อ่านกำลังอ่านแซทของใครสักคน

ทีมข่าวเฉพาะกิจไทยรัฐออนไลน์ (2563) ได้กล่าวถึงความหมายของ นิยายแซท ว่าเป็น การเล่าเรื่องราวและความสัมพันธ์ของตัวละครในรูปแบบของ ข้อความแซทเป็นหลักและมีการ

บรรยายเป็นตัวเสริม มีเครื่องมือช่วยให้เกิดความเสมือนจริงในการสามารถใส่ลิงค์รูปภาพจากโซเชียลอื่น ๆ ได้ เช่น IG (อินสตราแกรม) Youtube เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันในประเทศไทยมีนิยายรูปแบบแซทออยู่ 2 เจ้าคือ Joylada ที่เปิดตัวเป็นเจ้าแรกของประเทศไทย และ ReadAWrite ที่พัฒนาตามมา

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) นั้นเข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตมนุษย์ในแต่ละวัน ตั้งแต่ตื่นนอนจนกระทั่งเข้านอนในเวลากลางคืน ไม่จะเป็นการสื่อสารโดยการเขียน การพูด การฟัง และการอ่าน เป็นต้น

การติดต่อสื่อสาร หรือ (Communication) ฉัตรยาพร เสมอใจ (2556, 206) ได้ให้ความหมายว่า การติดต่อสื่อสาร (Communication) คือกระบวนการที่ถ่ายทอดข่าวสาร ความคิด และความรู้สึกระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องสองฝ่ายให้เกิดการรับรู้ร่วมกัน เกิดการยอมรับ ความพึงพอใจ และการตัดสินใจซื้อ หรือพฤติกรรมตามที่คาดหวังในทางการตลาด โดยกระบวนการที่มีฝ่ายหนึ่งเป็นผู้ส่งสารได้ส่งสิ่งเร้าที่จะเป็นในรูปของสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับภาษาพูดหรือการเขียน โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของคนอื่น ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Haviland et al., 1953) การสื่อสารจึงถือเป็นเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ฝ่าย ที่มีการถ่ายทอดข้อมูลโดยผ่านสื่อต่าง ๆ แต่ความสำคัญของการสื่อสารก็ไม่ได้จำกัดแค่ตัวบุคคลเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับกลุ่มด้วย เพราะกลุ่มเกิดจากการสร้างความสัมพันธ์ของบุคคลหลาย ๆ คน แต่ไม่ใช่เพียงแต่กลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น แต่หากรวมถึงหน่วยงานหรือองค์กรขนาดใหญ่ในสังคมด้วย แต่เมื่อการเข้ามาของอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้บริโภคเริ่มมีความต้องการข่าวสารข้อมูล ซึ่งรวมถึงข้อมูลสินค้าหรือบริการมากขึ้น และใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในการค้นหาสินค้าหรือบริการที่ต้องการ ซึ่งพฤติกรรมหรือรูปแบบการอุปโภคบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และการเปลี่ยนแปลงของโลกก็ช่วยผลักดันให้โลกออนไลน์เติบโตมากยิ่งขึ้น ทำให้ตลาดต้องปรับตัวให้ทันกับระบบ และเครื่องมือที่นิยมมากที่สุดในการตลาดบนอินเทอร์เน็ตเรียกว่า “การตลาดบนออนไลน์” (ชนิดา อัสวโยธิน, 2562)

การสื่อสารผ่านสื่อกลางอย่างอินเทอร์เน็ตมีองค์ประกอบของการสื่อสารคือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทาง (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ที่มีหน้าที่และความสำคัญแตกต่างกันดังนี้ (กิติมา สุรสนธิ, 2541)

1. ผู้ส่งสาร (Sender) เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการสื่อสาร ที่หมายถึงตัวบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความต้องการในการจะถ่ายทอดหรือส่งต่อความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ทัศนคติ โดย

จำเป็นต้องวิเคราะห์ทั้งการเลือกข้อมูล ช่องทางการส่งสาร รวมทั้งการกำหนดผู้รับสารที่มีเป้าหมายแตกต่างกันไปในการส่งแต่ละครั้ง และส่วนมากในการส่งสาร ผู้ส่งสารจะเน้นในการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และความรู้สึกของผู้รับสารเป็นสิ่งสำคัญไม่ว่าจะเปลี่ยนแปลงได้น้อยหรือมากก็ตาม

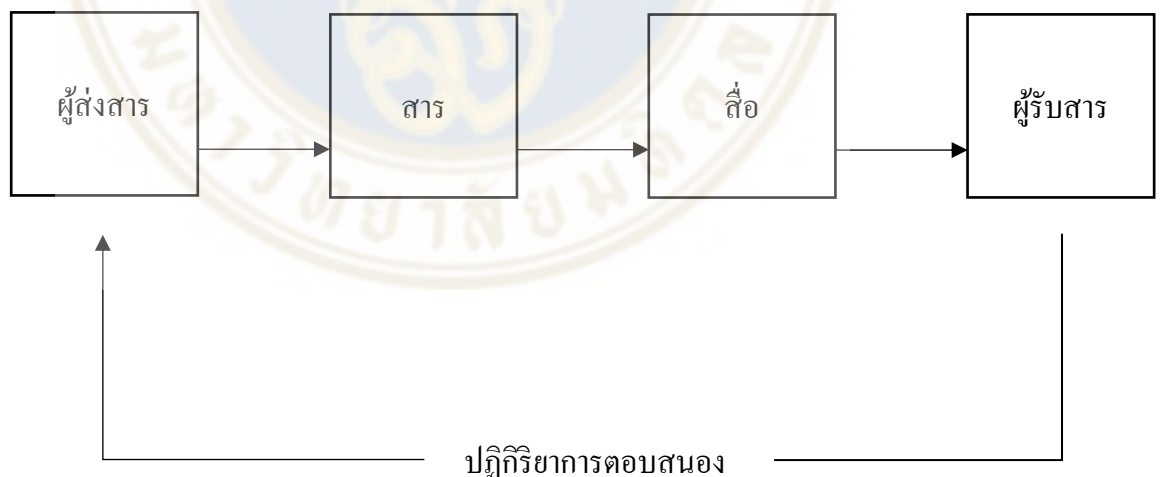
2. สาร (Message) เป็นเรื่องราวที่แสดงออกมาในเชิงสัญลักษณ์หรือภาษา ทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารเกิดความเข้าใจและการรับรู้ที่ตรงกัน โดยมีตัวเร้าสำคัญคือ 1) รหัสสารหรือภาษาสัญลักษณ์ ที่แทนความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ และอื่น ๆ ของผู้ส่งสาร ที่อาจจะถูกแปลงเป็นคำพูดหรือข้อความ 2) เนื้อหาของสาร ว่าเป็นเนื้อหาประเภทไหน เน้นให้ความรู้ ความบันเทิง หรือเรื่องทั่วไป 3) การเรียงลำดับสาร หรือการจัดเรียงรหัสของสารเพื่อให้ได้เนื้อหาตามที่ต้องการ

3. ช่องทาง (Channel) เป็นตัวกลางที่นำพาสารไปยังผู้รับสาร

4. ผู้รับสาร (Receiver) ผู้ที่รับข่าวสารจากต้นทางหรือผู้ส่งสาร ซึ่งเป็นจุดปลายทางของกระบวนการรับสาร ซึ่งจะรับสารผ่านการดู การอ่านหรือรับฟังข่าวสารนั้น

5. ปฏิกริยาโต้ตอบ เป็นวิธีการหรือกิริยาที่ผ่านผู้รับสารแสดงออกมาหลังได้รับสารนั้นเรียบร้อยแล้ว และทำให้ทราบว่าผู้ส่งสารสามารถส่งสารได้ตามเป้าหมายหรือไม่ ผู้รับสารมีการโต้ตอบที่เป็นผลเสียหรือ

6. ผลบวกอย่างไร เพื่อให้ผู้ส่งสารทางถึงข้อผิดพลาด และก่อให้เกิดการปรับปรุงและแก้ไขให้ดีขึ้น



ภาพที่ 1.1 แบบจำลองการสื่อสารในลักษณะสองทาง (Two Way Communication)

ที่มา: วสิษฐพัชร วาฤทธิ, ญัฐพงศ์ เข้มเจริญ, วโรชา สุทธิรักษ์ และพระเมธาวิรินทร์ส. (2557). รายงานการวิจัยรูปแบบการสื่อสารด้านพุทธศาสนาสู่คนรุ่นใหม่ในประเทศไทยยุคปัจจุบัน. กรุงเทพฯ: สำนักเลขานุการวุฒิสภา.

โดยการสื่อสารในปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีในการโต้ตอบและทำให้เกิดการสื่อสารในลักษณะแบบสองทาง (Two way Communication) ที่เป็นกระบวนการที่ผู้รับสารสามารถถ่ายทอดข้อมูลที่ได้รับจากผู้ส่งสาร เช่น ความคิดเห็นต่อเรื่องนั้น การสอบถามเพื่อความเข้าใจ เป็นต้น ดังที่เราเห็นว่าเมื่อมีคนโพสต์หรือเขียนบทความใด ๆ บนหน้าสื่อสังคมออนไลน์ก็จะมีบุคคลสามารถเข้ามาโต้ตอบพื้นที่ได้ทันที

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)

จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากการใช้งานอินเทอร์เน็ต ทำให้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีการงานสูงขึ้นเรื่อย ๆ สถิติการใช้อินเทอร์เน็ต 10 ที่ผ่านมามีเพิ่มขึ้นถึง 150% ประชากรไทยจำนวน 66.4 ล้านคน เป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 47.5 ล้านคน ในปี 2021 คนไทยมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตกว่า 69.5% โคนอัตราเฉลี่ยในการใช้อินเทอร์เน็ตวันละ 8 ชั่วโมง 44 นาที และมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือเพิ่มขึ้นถึง 5.07 ชั่วโมงต่อวันจัดเป็นอันดับสามของโลกในการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือ (มาเก็ตเทียร์, 2564) โดยสามอันดับแรกของพฤติกรรมคนไทยในการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า อันดับแรกคือดูทีวีและรายการสตรีมมิ่ง อันดับสองคือเล่นโซเชียลมีเดีย ลำดับสามคือการอ่านหนังสือออนไลน์นั่นเอง (มาเก็ตติ้งอัปส์, 2564)

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของคนไทยที่เปลี่ยนแปลงและเข้ามามีบทบาทในชีวิตมากขึ้น แน่นนอนว่าย่อมส่งผลกระทบต่อธุรกิจหลายภาคส่วน ให้หันมาปรับกลยุทธ์การตลาดของตน เพื่อที่จะดึงดูด สร้างการรับรู้ การบอกต่อ รวมถึงความจงรักภักดีของผู้บริโภคผ่านช่องทางดิจิทัล ซึ่งสื่อดิจิทัลเป็นสื่อที่ระบุตัวผู้ใช้ทำให้สามารถนักการตลาดสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง และอาจใช้ข้อมูลที่ได้จากการสื่อสารนำไปใช้ประโยชน์สูงสุดกับลูกค้าคนต่อไปได้

Digital Marketing กลายเป็นสื่อกลางที่เข้ามามีบทบาทในการทำการตลาดโดยการช่วยกระจายแบรนด์ให้เป็นเข้าถึงกลุ่มลูกค้าผ่าน Platform ดิจิทัลต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกที่ทุกเวลา โดยมีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อกลาง สิ่งสำคัญของ Digital Marketing นอกจากการช่วยให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายขึ้นแล้ว ยังเป็นช่องทางการเพิ่มศักยภาพให้แบรนด์ทำการตลาดได้ตรงเป้าหมายมากขึ้น รวมถึงวิธีการส่งส่งเสริมการขายหรือบริการที่ใช้ช่องทางจากฐานข้อมูลออนไลน์เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ทั้งช่วยในการค้นหา ติดต่อกับลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายได้อย่างต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพ และใช้ต้นทุนได้อย่างคุ้มค่าในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2.6.1 ช่องทางดิจิทัล

การเลือกใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลจึงถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการหรือแบรนด์ที่ต้องให้ความสำคัญและเลือกใช้เครื่องมือให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด และเลือกช่องทางที่ตรงกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างกัน (วิไลภรณ์ ตำภาทอง, 2561) ซึ่งเครื่องมือที่เป็นที่รู้จักและถูกใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบันที่จะช่วยในการขยายช่องทางและโอกาสการเติบโตให้แก่ธุรกิจหรือแบรนด์ได้มี ดังนี้

1) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีเมล เป็นการรับและส่งจดหมายทางออนไลน์ ในรูปแบบข้อความ รูปภาพ ตัวอักษรต่าง ๆ สามารถติดต่อสื่อสารได้ทั่วโลก ถือเป็นช่องทางที่ประหยัดทั้งค่าใช้จ่ายและเวลา และเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถสร้างฐานลูกค้าใหม่และรักษฐานลูกค้าเก่าได้ เพราะมีความปลอดภัยและสะดวกในการรับส่งข้อมูล สามารถส่งถึงหลาย ๆ คนได้พร้อมกันในครั้งเดียวโดยไม่จำกัดระยะทาง เวลา และส่งได้ทุกที่

2) เว็บไซต์ เปรียบเสมือนกันสื่อกลางที่ธุรกิจหรือแบรนด์ทำขึ้นเพื่อใช้ในการสื่อสารและติดต่อกับผู้บริโภค จึงได้มีการจัดทำและออกแบบเว็บไซต์ขึ้น พร้อมทั้งองค์ประกอบหน้าเว็บไซต์ทั้งความสวยงาม ที่จะช่วยสร้างความประทับใจ น่าสนใจ ต่อผู้เข้าชม และที่สำคัญต้องเข้าถึงได้ง่ายและติดต่อได้สะดวกด้วย

3) การตลาดเชิงเนื้อหา เป็นการนำเสนอเนื้อหาของสิ่งที่ต้องการจะสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างตรงประเด็น ด้วยการสร้างเนื้อหาหรือข่าวสารให้มีความโดดเด่น น่าสนใจ และแตกต่างจากคู่แข่ง สามารถทำให้ผู้บริโภคอยากใช้และสนใจให้เกิดการซื้อหรือใช้บริการ หรือจนขึ้นการบอกต่อในโลกออนไลน์ ในปัจจุบันจะนิยมใช้ช่องทางออนไลน์เป็นตัวกลาง ถือเป็นทางการตลาดที่ผู้บริโภคชื่นชอบเพราะจะมาในรูปแบบ VDO Clip , Blog Post , รูปภาพ เป็นต้น

4) การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นอีกเครื่องมือที่ช่วยในการโปรโมทเว็บไซต์ ซึ่งข้อดีคือสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และเกิดการบอกต่อได้ง่าย และกระจายเป็นวงกว้างในเวลาได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งก็มีช่องทางมากมายที่เป็นที่นิยมอาทิเช่น

4.1) เฟซบุ๊ก (Facebook) ถือเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีคนใช้งานมากที่สุด และยังเป็นเครื่องมือที่ดีที่สุดตัวหนึ่งในการสร้างการรับรู้ต่อสินค้าและแบรนด์ ถือเป็นแหล่งข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคที่สามารถนำมาต่อยอดในการทำการตลาดได้มาก ที่มีการแบ่งกลุ่มจากการใช้งานบนเฟซบุ๊กได้เป็น 3 กลุ่ม คือ User, Group และ Page ที่มีความแตกต่างในการใช้งานและวัตถุประสงค์

4.2) อินสตาแกรม (Instagram) เป็นอีกเครื่องมือที่คนให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะคนในแถบเอเชีย การใช้งานหลัก ๆ ส่วนใหญ่ที่ทำได้คือ โปสรูปและใส่ข้อความ ลงวิดีโอ ซึ่งในปัจจุบันมีฟังก์ชันเพิ่มขึ้นในส่วนของ วิดีโอไลฟ์ และ สตอรี่สำหรับอัปเดตหรือติดตามคนรู้จักได้ตลอดเวลา ธุรกิจที่นิยมใช้อินสตาแกรมเป็นเครื่องมือ จะเป็นสินค้า แฟชั่น แบรินด์เนม และเครื่องสำอาง

4.3) ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการโพสต์ข้อความสั้น ๆ (tweet) ที่จำกัดการโพสต์ได้แค่ 280 ตัวอักษรเท่านั้น สามารถใส่รูปและวิดีโอได้ เป็นสื่อที่แพร่กระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และมีอิทธิพลทางความคิดของผู้ติดตามจาก Influencer และเป็นช่องทางที่จะทำให้รับรู้ว่าจะอะไรเป็นเทรนด์หรือนิยมอยู่ในขณะนั้น

4.4) ยูทูบ (Youtube) คือเว็บไซต์วิดีโอระดับโลก เป็นอีกเครื่องมือที่ในปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมากและกลายเป็นอีกช่องทางเลือกหนึ่งในการค้นหาข้อมูลสินค้าหรือแบรนด์ และในส่วนของธุรกิจมักนิยมใช้ในการทำโฆษณาเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค

4.5) ไลน์ (Line) แอปพลิเคชันในการติดต่อสื่อสาร ที่เป็นเครื่องมือช่วยให้เข้าถึงผู้บริโภคได้เป็นจำนวนมากในเวลาเดียวกัน และสามารถสื่อสารกันระหว่างผู้ชายและลูกค้าได้รวดเร็วและสะดวกสบาย สามารถช่วยในการรักษากลุ่มลูกค้าเก่าและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ได้ง่าย ซึ่งเป็นที่นิยมในปัจจุบัน โดยเฉพาะธุรกิจขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

5) การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้เว็บไซต์เราติดเป็นอันดับต้น ๆ ในการค้นหาเมื่อมีคนเข้ามาค้นหาด้วยคำสำคัญ หรือ Keyword ต่าง ๆ หายิ่งองค์กรหรือธุรกิจไหนสามารถทำให้เว็บไซต์ของตนอยู่อันดับต้น ๆ ของการค้นหาได้ยิ่งถือเป็นเรื่องที่ดี เพราะคนจะเห็นเว็บไซต์และเข้าถึงได้ง่ายขึ้น และเป็นการเพิ่มช่องทางให้คนรู้จักมากยิ่งขึ้นด้วย ซึ่งในคนไทยจะนิยมค้นหาผ่านเว็บไซต์ Google เป็นหลัก

หากพูดถึงในมุมมองของการเขียนและอ่านนิยายออนไลน์แล้ว จากรูปแบบที่กล่าวมาข้างต้นการสื่อสารของนักเขียนสู่ผู้อ่านก็ถือว่าอยู่ในรูปแบบของการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่เน้นไปที่การเข้าถึงชุมชนหรือกลุ่มที่มีความชอบหรือลักษณะที่คล้ายกับบนสื่อออนไลน์ ผู้อ่านมีการบอกต่อเพื่อกระจายหรือรีวิวนิยายที่ตนชื่นชอบหรือพึงพอใจลงบนพื้นที่ของตนเอง นักเขียนเองก็สามารถโฆษณาและแจ้งการอัปเดตนิยายในตอนใหม่ ๆ ของตนเองเพื่อให้นักอ่านหรือกลุ่มที่ติดตามได้รับรู้ในทันทีได้เช่นกัน

2.7 กลยุทธ์การทำการตลาดแบบเนื้อหา (Content Marketing)

Content Marketing เป็นสิ่งที่ถูกพูดถึงในการทำตลาดออนไลน์อยู่บ่อยครั้ง ซึ่งกลยุทธ์นี้เป็นการผสมผสานการสร้างเนื้อหากับความบันเทิงประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภค ที่เป็นเทคนิคทางการตลาด ที่ช่วยในการกระจายและแจกจ่ายคอนเทนต์ที่มีคุณค่า เพื่อสร้างการสื่อสารที่เป็นประโยชน์ สร้างความดึงดูดกับกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางออนไลน์ ผ่านช่องทางสื่อสังคมหรือเว็บไซต์ เพื่อนำมาใช้ในการสร้างทัศนคติที่ดีของตัวแบรนด์หรือสินค้า โดยมีจุดประสงค์ให้กลุ่มเป้าหมายกลับมาสร้างรายได้ให้กับเรานั้นเอง (โกรธบี, 2558) แต่สิ่งสำคัญของการตลาดเชิงเนื้อหาถือคือการสร้างเนื้อหาให้มีความน่าสนใจ ตรงประเด็นที่กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจได้ตรงกัน และมีความแตกต่างจากคู่แข่ง ที่จะสามารถดึงความสนใจของกลุ่มเป้าหมายและช่วยให้เกิดพฤติกรรมอันพึงประสงค์ตามที่ต้องการ อาทิ การซื้อสินค้า การใช้บริการ ทัศนคติที่ดีต่อแบรนด์หรือสินค้า จนนำไปสู่แรงจูงใจในการบอกต่อบนโลกออนไลน์

ตัวอย่างสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างมากในการทำ Content ในปัจจุบันได้แก่

1. บทความ มีเป็นการเขียนข้อความบนหน้าเว็บไซต์ต่าง ๆ หรือการโพสต์ที่มีเนื้อหายาว
2. กราฟฟิก การทำ Infographic ที่มีการย่อหรือสรุปข้อความยาว ๆ ให้เป็นรูปภาพสวยงาม ทำให้อ่านและเข้าใจง่ายขึ้น
3. วิดีโอ ปัจจุบันเป็นที่นิยมอย่างมาก ๆ เพราะมี Youtube , Tiktok แปรนด์เลยพยายามสร้างช่องวิดีโอเป็นของตัวเอง สามารถสร้างขึ้นมาได้ฟรี และยังเป็นช่องทางที่ช่วยเพิ่มฐานผู้ชมมากมาย

ซึ่ง Content Marketing จะเหมาะสมในการสร้างการรับรู้ โดยการทำให้ลูกค้าทราบว่าสินค้าของเราตอบโจทย์ความต้องการของเขาหรือช่วยแก้ปัญหาของเขาได้อย่างไร ผ่านเนื้อหาที่ให้ความรู้หรือข่าวสารอย่างด้วยบทความ การโพสรีวิว หรือวิดีโอต่าง ๆ ที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงและค้นหาข้อมูลสินค้าที่มีความเหมาะสมกับตัวลูกค้าได้ดีมากขึ้น

2.8 สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media-SM)

Social Media ถือว่าเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ซึ่งคำว่า Social Media หรือสื่อสังคมออนไลน์ หมายถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นตัวกลางที่บุคคลทั่วไปใช้เพื่อติดต่อสื่อสารและโต้ตอบระหว่างกันผ่านอินเทอร์เน็ตได้ โดยให้บริการผ่านเว็บไซต์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นต้น

ซึ่ง วราพร คำจับ(2562) ได้ให้ความหมายของเพิ่มเติมถึงสื่อสังคมออนไลน์ว่าเป็นการสื่อสารโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งในการสื่อสารแต่ละครั้งจะมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการติดต่อสื่อสารทั่ว ๆ ไป การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแข่งขันเรื่องราวเหตุการณ์ต่าง ๆ ระหว่างคนสองคน หรือกลุ่ม ผ่านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นบทความ รูปภาพ เสียง ข้อความ คลิปวิดีโอ เป็นต้น

จากการสำรวจของสำนักยุทธศาสตร์สำนักพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมในปี 2561 พบว่ากิจกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือการใช้สื่อสังคมออนไลน์ รองลงมาเป็นการรับ-ส่งอีเมล การค้นหาข้อมูล การดูโทรทัศน์ คลิปวิดีโอ ฟังเพลง และการซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์

ดังนั้นจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนเราจะเห็นได้ว่าสื่อสังคมนั้นมีหลากหลายรูปแบบที่ใช้ในการทำกิจกรรม โดย Tuten and Soloman (2013 อ้างถึงใน บุญหา ชัยสุวรรณ 2558: 178) ได้เสนอการแบ่งประเภทของสื่อสังคมเป็นกลุ่มเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น ดังนี้

- ชุมชนสื่อสังคม (Social community) เหมือนพื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์ ที่ให้ทุกคนทั้งที่เป็นกลุ่มเพื่อน กลุ่มคนที่มีความชอบคล้าย ๆ หรือเหมือนกันมาพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน เช่น Facebook Twitter เป็นต้น

- สื่อสังคมเผยแพร่เนื้อหา (Social publishing) จะมีลักษณะเป็นบล็อกและเว็บประเภทเนื้อหา (Content) อย่าง Blog เป็นต้น ถึงแม้แต่ละช่องทางจะมีรูปแบบการใช้งานหรือพีทเจอร์ที่คล้ายกัน แต่ที่แตกต่างกันก็คือส่วนของเนื้อหา เพื่อเปิดให้เหล่านักเขียนหรือบุคคลที่สนใจ มาเขียนบทความหรือนำเสนอข้อมูลที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจ ทั้งเรื่องราวที่ให้ความบันเทิง สาระความรู้ หรือเป็นในรูปแบบของการนำเสนอสื่อวิดีโอ เช่น Youtube

- สื่อสังคมบันเทิง (Social entertainment) ในที่นี้หมายถึงเกมออนไลน์ที่มีการสร้างตัวละครสมมติขึ้นมาเล่นร่วมกันในแต่ละต้องอยู่ในค่ายเกมเดียวกัน เช่น ROV

- สื่อสังคมการค้า (Social commerce) เป็นเว็บเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการติดต่อซื้อและขายสินค้าระหว่างกลุ่มธุรกิจหรือแบรนด์กับกลุ่มผู้บริโภค เช่น Amazon, Shopee

จะเห็นว่าประเภทของสื่อสังคมจะถูกแบ่งประเภทตามการใช้งานและเนื้อหาของสื่อสังคมนั้น ทั้งนี้การออกแบบรูปแบบของสื่อไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันจะมีความแตกต่างกัน เพื่อรองรับและให้ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้งานสื่อสังคมได้ตามความต้องการของตน เมื่อผู้บริโภคหรือผู้ใช้งานสื่อสังคมเลือกใช้งานสื่อสังคมไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใดก็ตาม ทุกคนบนสื่อสังคมจะมีบทบาทที่กระทำกับสื่อสังคมที่สามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคสื่อสังคมออกเป็น 6 ประเภท

ตามลักษณะการใช้และปฏิสัมพันธ์บนสื่อสังคม โดยจัดลำดับกลุ่มตามความเกี่ยวข้องกับสื่อสังคม สูงที่สุดถึงต่ำที่สุด

- กลุ่มผู้สร้างสรรค์(Creator) หมายถึง ผู้ที่คิดและสร้างเนื้อหา เพื่อแบ่งปันให้กับผู้อื่น ในรูปแบบวิดีโอ ภาพ บทความ คอมเมนต์ การรีวิวสินค้า การสร้างเนื้อหาหรือโฆษณาโดยผู้บริโภคร่วมกันเอง บุคคลกลุ่มนี้จะสร้างสรรค์เนื้อหาด้วยตนเองและเผยแพร่บนสังคมออนไลน์

- กลุ่มนักสนทนา(Conversationalists) เป็นกลุ่มที่ชอบสนทนาพูดคุยกับเพื่อน ๆ หรือคนอื่น ๆ บนสังคมออนไลน์ เช่น การเขียนคอมเมนต์

- กลุ่มวิพากษ์(Critics) กลุ่มนี้จะมิบทบาทเป็นผู้วิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาที่นักสร้างสรรค์ได้เผยแพร่ ด้วยการเขียนคอมเมนต์ หรือมีส่วนร่วมแก้ไขเนื้อหาต่าง ๆ แม้ว่าจะได้ไม่ได้เป็นคนสร้างเนื้อหาเอง แต่ก็มีส่วนร่วมอย่างสูงในการต่อยอดของเนื้อหาหรือเติมเต็มเนื้อหา เกิดเป็นเนื้อหาที่ผู้บริโภคสร้างขึ้น(Consumer-fortified media-CFM)

- กลุ่มรวบรวม (Collectors) กลุ่มนี้เป็นผู้ใช้และผู้จัดการรวมเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพ เพื่อจะได้รับข้อมูลที่ทันสมัย รวมทั้งแบ่งปัน(Share)และส่งต่อแท็ก (Tag) เนื้อหาไปยังคนอื่น ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปที่ช่วยในการจัดลำดับเนื้อหาในสังคมนั้น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อเพื่อน หรือบุคคลอื่นบนสื่อออนไลน์

- กลุ่มผู้เข้าร่วม(Joiners) เป็นผู้ที่คิดว่าสื่อสังคมเป็นสิ่งที่สนุก และเข้าถึงง่าย จึงเข้าใช้สื่อสังคมบ่อย และปกติกลุ่มนี้จะมีบัญชีผู้ใช้ของตนเองอย่างน้อย 1 บัญชี

- กลุ่มผู้ชม(Spectators หรือ Lurkers) กลุ่มที่อยู่ในสื่อสังคมแบบรอบนอก ซึ่งบริโภคเนื้อหาเป็นหลัก ไม่แสดงตัวตน ไม่สร้าง ไม่แบ่งปันเนื้อหา แต่จะดู อ่าน ฟัง เนื้อหาของสื่อ

- กลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้อง(Inactive) กลุ่มที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ แต่ไม่มีส่วนร่วมใด ๆ บนพื้นที่ออนไลน์เลย

กล่าวได้ว่าหากต้องการใช้พื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์ก็ต้องมีการลงทุนในการสื่อสารเชิงเนื้อหา เพื่อให้มีพื้นที่สื่อและผลักดันเนื้อหาให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ การที่นักเขียนมีการใช้การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์เป็นตัวกลางเพื่อผลิตผลงานและสื่อสารไปยังกลุ่มนักอ่าน ก็ถือเป็นเป้าหมายหลัก เพื่อทำให้นิยายของตนเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น โดยใช้วิธีต่าง ๆ ทั้งในการโฆษณานิยายผ่านบนเว็บไซต์ หรือเครือข่ายสังคม เช่น ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก ที่จะนำนิยายไปเผยแพร่ตามสื่อออนไลน์ หรือช่องทางที่นักอ่านเข้าถึงได้ เพื่อให้ผู้อื่นได้รับรู้และเกิดความสนใจ จนกระทั่งเข้ามาอ่านและติดตามนิยายหรือชื่อนิยายเรื่องนั้นในที่สุด

2.9 ทฤษฎีการเลียนแบบ (Imitation Theory)

เมื่อก้าวถึงพฤติกรรมเลียนแบบของมนุษย์ เชื่อว่ามนุษย์เราสามารถการเรียนรู้แบบพฤติกรรมสามารถเกิดได้จากการกระบวนเรียนรู้ของตัวบุคคล ทั้งพฤติกรรม ทักษะ ความรู้สึกรู้คิดจากคนใดคนหนึ่ง ไปยังคนหนึ่ง หรือกลุ่มหนึ่ง ไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง และจะแสดงพฤติกรรมอันเหมาะสมที่เป็นที่ยอมรับของสังคม และมีแนวโน้มที่ผู้เลียนแบบจะเกิดการเรียนรู้ต่อพฤติกรรมที่ดีต่อไปได้ แบนดูรา (Bandura, 1997)

การเลียนแบบในแง่มุมมองของการสื่อสาร มนุษย์มักจะเรียนรู้ถึงความเป็นจริงที่มีความเป็นไปได้ของสภาพแวดล้อมรอบตัวที่เกิดขึ้น ประสบการณ์ที่เห็นและเกิดการจดจำ โดยอาจได้รับผ่านทางละคร โทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ ที่ทำให้มนุษย์เกิดการเปิดรับและนำมาทำตาม และยังหากการเลียนแบบนั้นมีการให้รางวัลก็ยิ่งทำให้เกิดการเลียนแบบได้ง่ายกว่าการเลียนแบบที่ไม่มีการเสริมรางวัลตอบแทน โดยได้แบ่งการเรียนรู้เป็น 2 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ รูปแบบแรกการเรียนรู้จากผลกระทำ ที่เป็นประสบการณ์โดยตรง ว่าหากพฤติกรรมนี้เป็นผลสำเร็จหรือเป็นไปได้ด้วยดีก็จะถูกนำไปใช้ต่อ และรูปแบบที่สองคือการเรียนรู้จากการสังเกต ซึ่งเราจะมีประสบการณ์รวมด้วยประกอบกับประสบการณ์โดยตรงผู้เลียนแบบเคยเจอ (จิราภรณ์ ภักดีศรี, 2544)

การเรียนรู้จากตัวแบบนั้นเกิดจากการเรียนรู้ที่อาศัยการสังเกตเป็นสำคัญ โดยมีกระบวนการเรียนรู้จากต้นแบบ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1) กระบวนการให้ความสนใจ (Attention process) มีสิ่งเร้าหลัก คือตัวต้นแบบและบุคลิกของผู้รับสาร ที่จดจำได้ง่ายและมีความเด่นชัด ทำให้บุคคลเกิดความสนใจ รับรู้ได้ถึงสิ่งที่ตัวแบบแสดงออกมา และสังเกตพฤติกรรมนั้น ได้มาก หากบุคคลเกิดการตื่นตัวในการใส่ใจต่อพฤติกรรมนั้นก็จะยังสามารถจดจำได้แม่นยำ

2) กระบวนการจดจำ (Retention process) ผู้รับสารจะเกิดการจดจำตัวแบบหรือต้นแบบจากการสังเกตพฤติกรรม หากตัวแบบนั้นมีแรงจูงใจสูงต่อผู้รับสารก็จะทำให้เกิดการบันทึกข้อมูลสู่ความทรงจำและแปลงข้อมูลที่จำนั้นอยู่รูปแบบของสัญลักษณ์เป็นมโนภาพหรือภาษา ซึ่งเป็นรูปแบบที่จดจำได้ง่ายและมีความคงทน

3) กระบวนการแสดงออก (Motor reproduction process) ได้แปลงข้อมูลในความทรงจำที่เป็นสัญลักษณ์นั้นออกมาเป็นการกระทำหรือพฤติกรรมที่เหมาะสม ซึ่งจะขึ้นอยู่กับความสามารถและความพร้อมทางร่างกายของบุคคลที่เลียนแบบ

4) กระบวนการจูงใจ (Motivation process) เป็นการจูงใจให้เกิดการกระทำตามตัวแบบที่ตนได้สังเกต และคาดหวังว่าการกระทำนั้นจะได้ประโยชน์ต่อตน เช่น การได้รับแรงเสริมทางบวกหรือรางวัล

การเรียนรู้พฤติกรรมจากการเลียนแบบ ตัวแบบถือว่าเป็นบทบาทสำคัญต่อการเลียนแบบ พฤติกรรม ความรู้สึก ความคิด ทั้งการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์โดยตรงที่เรามองเห็นหรือสังเกต ต่อ ให้การกระทำนั้นจะมีการวางเงื่อนไขหรือได้รางวัลจากผลของการกระทำหรือไม่ ก็สามารถทำให้เกิดการเลียนแบบได้ แต่อย่างไรก็ตามการที่การกระทำจะได้รับผลเป็นรางวัลหรือการลงโทษนั้น ก็มีผลต่อการเลียนแบบทั้งสิ้น ซึ่งมนุษย์เองมักจะเลียนแบบการกระทำที่ได้รับรางวัลมากกว่า

จากแนวคิดการเรียนรู้และการเลียนแบบพฤติกรรมของเบนคูว์ การที่บุคคลจะเลียนแบบพฤติกรรมนั้นมาน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ของตัวแบบกับผู้เลียนแบบ คือหากตัวแบบและผู้เลียนแบบยังมีความใกล้ชิดก็จะมีโอกาสที่จะเลียนแบบมากขึ้น เช่น เป็นเพื่อนสนิทกันก็จะมีพฤติกรรมการแต่งกายคล้าย ๆ กัน
2. ความสนใจของผู้เลียนแบบที่มีต่อตัวแบบ ถ้าผู้เลียนแบบมีความชอบหรือสนใจตัวแบบมาก ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรม ทัศนคติ ก็จะทำให้ผู้เลียนแบบเกิดการเลียนแบบได้มาก เช่น การเลียนแบบไอศดอลที่ตนเองชอบ
3. ผลของพฤติกรรมที่ตัวแบบได้รับ ผลของพฤติกรรมของตัวแบบทำให้ผู้เลียนแบบรู้สึกพอใจ ก็จะมีผลทำให้ผู้เลียนแบบกระทำตามตัวแบบมากขึ้น

2.9.1 ประเภทของการเลียนแบบ

การเลียนแบบได้มีการถูกแบ่งประเภทของการเลียนแบบออกเป็น 2 ส่วน คือ (ชนิตวสารณ์ ตรีวิทยานุมิ, อ้างถึงใน ธนวุฒิ เศรษฐฤทธิ์ 2554)

การเลียนแบบชนิด Over Modeling คือการเลียนแบบที่ผู้บริโภครู้ได้เห็นต้นแบบจริง ๆ อย่างเช่น การโฆษณาสินค้าตามช่องโทรทัศน์ ซึ่งการเลียนแบบชนิดนี้เป็นประโยชน์ในทางการตลาดที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการเรียนรู้และการตอบสนองใหม่ที่ไม่เคยเรียนรู้มาก่อน ที่ช่วยในการหลีกเลี่ยงการกระทำพฤติกรรมอันพึงประสงค์ได้ และ ให้คาดการณ์หรือรับรู้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมเหล่านั้นเป็นอย่างไร

การเลียนแบบชนิด Covert Modeling คือการที่ผู้บริโภคลิเลียนแบบพฤติกรรมที่เรากำหนดให้โดยไม่มีการแสดงพฤติกรรมจริง แต่ให้ผู้บริโภคนี้ภาพ (Image) ของตัวแบบว่าหากมีพฤติกรรมหรือการกระทำแบบนี้ในสถานการณ์แบบนี้จะเป็นอย่างไร และเกิดผลที่ตามมาจากของพฤติกรรมนั้น ๆ เอง

ซึ่งเราจะได้เห็นการเลียนแบบพฤติกรรมเหล่านี้คือข้อข้างบ่อยที่เกิดจากอิทธิพลของตัวแบบต่อบุคคลที่สังเกตและเลียนแบบ ที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมใหม่จากการได้ยินหรือมองเห็น

ออกมาในรูปแบบของการกระทำ ที่อาจจะมาจากรายการ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ที่เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม อารมณ์ แนวคิดและความรู้สึกคล้ายตาม แต่การเรียนรู้หรือเลียนแบบพฤติกรรมเหล่านั้นยังสามารถส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมได้เช่นเดียวกับการเกิดกับตัวบุคคล

2.10 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นทฤษฎีทางสังคมและจิตวิทยาที่ศึกษาถึงพฤติกรรมด้านการสื่อสารของมนุษย์ที่ใช้แรงจูงใจและความต้องการของมนุษย์ในการขับเคลื่อนด้วยมนุษย์เรานั้น ได้ใช้สื่อเพื่อเติมเต็มความต้องการของตนและแสวงหาเนื้อหาหรือสื่อต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับตนเองเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยการศึกษาจะเน้นผู้รับสารเป็นหลัก ซึ่งจะเห็นว่าผู้รับสารในทฤษฎีนี้จะเป็นผู้กำหนดหรือมีอิทธิพลต่อสื่อ และมอง มมองบุคคลเป็นฝ่ายรุก (active) หรือผู้กระทำมากกว่าเป็นฝ่ายรับ (passive) หรือผู้ถูกกระทำนั่นเอง แต่หากผู้รับสารไม่เปิดรับหรือไม่ใช้ประโยชน์ และไม่แสวงหา สื่อเหล่านั้นก็ไม่ส่งผลใดต่อผู้รับสาร เนื่องจากผู้รับสารนั้นสามารถตรวจสอบและประเมินผลจากสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ของตนเองในการสื่อสาร (Wang, Fink & Cai, 2008)

Rosengren (1974) ได้กล่าวถึงความหมายของคำว่า ประโยชน์ (Uses) กับความพึงพอใจ (Gratifications) ว่าเป็นคำที่มีความสัมพันธ์กันของการเกิด “ประโยชน์” และ “ความพึงพอใจ” ที่สลับเหตุและผลของการเกิดขึ้นได้ ซึ่งทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratifications Theory or UGT) เริ่มแรกนั้นได้มีทฤษฎี (Mass Society Theory) ที่ว่าเกี่ยวกับการที่มนุษย์ตกเป็นเหยื่อของสื่อมวลชนที่ทรงอิทธิพล แต่ความน่าเชื่อถือจากทฤษฎี Mass Society Theory ก็ลดลง เพราะได้มีการศึกษาเพิ่มเติมทางด้านสังคมและการตั้งเจต ทำให้เห็นว่าทุกคนไม่ได้รับผลกระทบจากสื่อเท่ากันทุกคน เพราะสื่อไม่สามารถสร้างอิทธิพลที่ต่อทุกคนได้ทั้งหมด เรารับรู้ได้จากในปัจจุบันการสื่อสารออนไลน์ต่าง ๆ มีความเฉพาะของแต่ละสื่อมากขึ้น สิ่งนี้ก็เพื่อที่จะตอบสนองต่อผู้รับสาร และส่งผลให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมที่เปิดรับข้อมูล ข่าวสารหรือเลือกรับข้อมูลตามความสนใจหรือความต้องการของตนเอง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้รับสารมีบทบาทสำคัญต่อสร้างสรรค์หรือการใช้สื่อตามความต้องการ Kats, Blumler และ Gurevitch (1974) จึงได้อธิบายเพิ่มเติมถึงบทบาทของกลุ่มผู้รับสาร ในปัจจุบัน เพื่อแยกแยะระหว่างความพึงพอใจหรือแรงจูงใจในการบริโภคสื่อและความพึงพอใจที่ได้รับหรือรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อ และเน้นในมุมมองที่ว่า “ผู้รับสารมีกระบวนการอย่างไรในการเลือกรับสื่อหนึ่ง ๆ” ซึ่งได้กล่าวถึงกระบวนการหรือพฤติกรรมการใช้สื่อจากประสบการณ์ตรงของผู้รับสารต่อสื่อ นั้น แต่ว่าการที่ผู้รับสารจะเกิดความ

พึงพอใจต่อสื่อใดสื่อหนึ่งได้ ผู้รับสารจำเป็นต้องมีความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งจากสื่อก่อนถึงจะการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้นเกิดขึ้น จึงได้แยกประเภทผู้รับสารออกเป็น 5 ประเภท จากความหลากหลายในการใช้สื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล (คอมมูนิตีส์ที่โอรี, 2559) ดังนี้

- Cognitive needs

ผู้คนที่ใช้สื่อเพื่อแสวงหาข้อมูล ข้อเท็จจริง ความรู้ และอื่น ๆ ซึ่งแต่ละคนก็มีความต้องการในของตนเองแตกต่างกันไป ตัวอย่างเช่น อยากจะรู้ข้อมูลที่เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันผู้คนก็ต้องติดตามดูข่าว แต่อีกช่องทางการค้นหาอย่างทางอินเทอร์เน็ตก็ได้รับความนิยมอย่างมากเช่นกันเพราะเป็นช่องทางผู้คนสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างง่ายและไม่มีข้อจำกัดในด้านเวลาหรือสถานที่

- Affective needs

ผู้คนที่ใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจต่อความต้องการด้านอารมณ์ ตัวอย่างที่ดีที่สุด เช่น ดูรายการตลกทำให้คนหัวเราะ

- Personal Integrative needs

ผู้คนที่ใช้สื่อเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและความมั่นคงให้ตนเอง ดังนั้นคนดูทีวีหรือใช้สื่อต่าง ๆ และทำให้ตัวเองมั่นใจว่าตัวเองมีสถานะที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือในสังคม ตัวอย่างเช่น คนดูโฆษณาในสื่อ เช่น รถยนต์ เครื่องสำอาง เป็นต้น แล้วมีการซื้อสินค้าเหล่านั้นตามเพื่อเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตัวเอง และสื่อถือเป็นตัวกระตุ้นที่ดีที่ทำให้เขาเกิดการกระทำเหล่านั้น

- Social Integrative needs

ผู้คนที่ใช้สื่อเพื่อติดต่อหรือพบปะบุคคล ทั้งที่เป็นคนรู้จัก อย่างเพื่อน ครอบครัว หรือคนรู้จัก โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางมาเจอกันแบบตัวต่อตัว แต่พวกเขาสามารถไปใช้โซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ ในการพูดคุยหรือติดตามเทรนด์ที่กำลังถูกกล่าวถึงหรือเป็นที่นิยม เพื่อใช้เป็นหัวข้อในการสนทนากับคนอื่นได้รู้เรื่อง เพื่อสนองความพึงพอใจเมื่อตนเกิดความต้องการ

- Tension free needs

บางครั้งผู้คนที่ใช้สื่อเป็นช่องทางเพื่อหลีกเลี่ยงความเครียดและปลดปล่อยความเครียด อย่างเช่น หลายคนใช้วิธีจัดการความเครียดเพื่อให้ตัวเองผ่อนคลายด้วยการฟังเพลง ท่องอินเทอร์เน็ต อ่านนิยายออนไลน์ และอื่น ๆ ซึ่งสื่อเหล่านี้สามารถที่จะเชื่อมโยงความรู้สึกของบุคคลกับสถานการณ์หรืออารมณ์ของตัวเองได้

ความต้องการนั้นถือเป็นธรรมชาติที่เกิดขึ้นในแต่ละบุคคล ดังนั้นการที่สื่อจะสามารถสร้างความพึงพอใจต่อความต้องการเหล่านั้น ได้ก็ขึ้นอยู่กับตัวบุคคลเช่นกัน เพราะบางเนื้อหา บาง

รายการสามารถสร้างความสุข ความรู้สึกผ่อนคลายให้กับบุคคลคนหนึ่งได้ แต่บางคนอาจจะไม่ได้รู้สึกเช่นนั้นเหมือนกัน ทั้งที่สื่อก็คือสื่อเดียวกัน ทำให้เห็นว่าคนที่ใช้สื่ออาจจะมีความต้องการที่แตกต่างกันทำให้การตอบสนองและเกิดผลลัพธ์ที่ต่างกันด้วย (คอมมูนิเคชั่นทีโอรี, 2559)

นอกจากนี้ McQuail (1987 และ Dainton & Zelley, 2011 อ้างใน ธรรมนูญ ตั้งกิจถาวร, 2557) ยังได้กล่าวเพิ่มเติมถึงสื่อว่า สื่อสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลได้เป็น 4 ลักษณะ ซึ่งแบ่งจากความสามารถในการสร้างและกระจายข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งในด้าน 1) สร้างความบันเทิง ผู้รับสารจะบริโภคสื่อเพื่อความบันเทิง ผ่อนคลายความเครียด ระบายอารมณ์หรือฆ่าเวลา เหมือนเป็นการหลีกหนีจากโลกความจริง 2) ใช้เป็นแหล่งที่รวบรวมข้อมูลข่าวสาร เพื่อแสวงหาข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อตนเองในด้านต่าง ๆ 3) สร้างอัตลักษณ์ส่วนบุคคล โดยผู้รับสารจะเลือกสื่อที่สามารถสะท้อนหรือสนับสนุนตัวตนของตนบนโลกออนไลน์ซึ่งอาจจะเป็นตัวตนที่แท้จริงของผู้รับสารที่สร้างที่เคยแสดงออกบนโลกความเป็นจริง หรือใช้เพื่อพัฒนาตัวตนและการใช้ชีวิตของตนเองจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้ 4) การสร้างความสัมพันธ์โดยใช้สื่อสังคมเป็นตัวกลางในการเปิดรับข่าวสารหรือเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของตนกับบุคคลอื่นบนสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเกี่ยวกับความชอบ ดารา แฟชั่น อาหาร เป็นต้น และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ต่อกัน ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารได้มุมมอง ความคิด และความรู้จากการสื่อสารในแต่ละครั้ง

จะเห็นได้ว่าความแตกต่างของพฤติกรรมของการใช้สื่อของบุคคลจะมีความแตกต่างไปตามความต้องการในช่วงเวลานั้น บางช่วงเวลางานสื่ออาจสามารถตอบสนองให้เราพึงพอใจหรือสามารถช่วยให้บรรลุความต้องการของตัวบุคคล ซึ่งก็คือผู้รับสารจะเป็นคนที่จะเลือกใช้สื่อที่ตรงกับความต้องการของตนเอง เช่น อยากอ่านนิยายออนไลน์แบบบรรยายผู้อ่านก็จะเข้าสู่เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่มีเนื้อหาเป็นบรรยายเพื่อตอบสนองความรู้สึกอยากทันที ทั้งนี้หากผู้อ่านเกิดความชอบหรือพึงพอใจในเรื่องหรือองค์ประกอบอื่น ๆ ของเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน เช่น อ่านง่าย สะดวก จนนำไปรีวิวบนสื่อสังคมออนไลน์ในช่องทางใดช่องทางหนึ่ง นับว่าสิ่งนั้นถือเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จของการตลาดผ่านสื่อสังคม ก็คือกระแสการบอกต่อ อาจจากความชอบส่วนตัวหรือข้อมูลมีเนื้อหาที่น่าสนใจ ก็เหมือนเวลาที่มีผู้อ่านได้นำนิยายไปบอกต่อ ๆ กันบนโซเชียล หรือเรียกว่า E-word of mouth ซึ่งผู้อ่านสามารถที่จะบอกต่อในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อนิยายก็ได้ หากนิยายของนักเขียนท่านใดเกิดเป็นกระแสบนโซเชียลนั้น ถือเป็นกุญแจเห็นความสำเร็จประตุนึงของนักเขียนก็ว่าได้ และสิ่งนี้ถือเป็นผลมาจากสื่อสังคมออนไลน์ผนวกกับความสามารถของนักเขียนร่วมกัน ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดจากความพึงพอใจและเกิดประโยชน์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือมากกว่าต่อทั้งตัวนักเขียนและผู้อ่านนิยายออนไลน์

บทที่ 3

แผนการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) โดยทำการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาเรื่อง นิยายออนไลน์ ช่องทางเลือกของนักอ่าน หรือ ทางรอดของนักเขียน อันประกอบไปด้วย

- 1) การวิจัยเอกสาร (documentary research)
- 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

เพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาและสัมภาษณ์เชิงลึก(In-dept Interview) กับกลุ่มนักเขียนและนักอ่านนิยายออนไลน์ เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจและวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูล โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการเขียนนิยายของนักเขียนนิยายออนไลน์ในอดีตกับปัจจุบัน 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านนิยายออนไลน์ของนักอ่านนิยายในอดีตกับปัจจุบัน 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเขียนนิยายออนไลน์ของนักเขียนนิยายในปัจจุบัน รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่จะตอบคำถามถึงความแตกต่างในการเขียนของนักเขียนนิยายออนไลน์และนักอ่านนิยายออนไลน์ของไทยในปัจจุบันตามกลางยุคสมัยแห่งดิจิทัลที่ทุกคนหันมาเสพสื่อผ่านช่องทางออนไลน์ ว่านักเขียนจะมีวิธีการเขียนหรือสื่อสารกับนักอ่านอย่างไร มีความแตกต่างจากเดิมที่เป็นการเขียนแบบเดิมอย่างไรหรือต้องมีวิธีการใดในการเชิญชวนให้นักอ่านเข้ามาอ่านผลงานของตนเองบนโลกโซเชี่ยล และทางด้านนักอ่านจะมีพฤติกรรมในการเลือกอ่านนิยายที่ตนอยากอ่านอย่างไรหรือสามารถรู้จักและเข้าถึงนิยายเรื่องนั้น ๆ หรือจดจำนักเขียนในเรื่องที่ตนชอบผ่านช่องทางใดได้บ้าง และแนวโน้มของนิยายไทยในอนาคตจะเป็นไปในทิศทางใด โดยผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบหรือวิธีการศึกษาที่จะนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ว่าจะมีการใช้เครื่องมือใดบ้างในการศึกษาหรือสัมภาษณ์โดยมีกระบวนการถามและหวัข้อคำถามในแต่ละประเด็นอย่างเจาะจงในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ตลอดจนกระบวนการที่นำมาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาประมวลผลและสังเคราะห์คำตอบ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่มีความน่าเชื่อถือและประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษานำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการศึกษาและค้นคว้าแก่ผู้ที่มีความสนใจและต้องการศึกษาในเรื่องนี้ ซึ่งในบทนี้จะกล่าวถึงสาระสำคัญเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า โดยแบ่งเป็นหัวข้อกว้าง ๆ ดังนี้

- 3.1 วิธีดำเนินการศึกษา
- 3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและหัวข้อคำถามในการสัมภาษณ์
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 ความเสี่ยงในการเก็บข้อมูลและแผนสำรอง
- 3.7 จริยธรรม

3.1 วิธีดำเนินการศึกษา

สำหรับการกำหนดระเบียบหรือกระบวนการในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้ใช้กระบวนการวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งประกอบด้วยการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเอกสาร (documentary research) และกระบวนการการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มาใช้ในการดำเนินวิจัย โดยมีรายละเอียดสำคัญดังนี้

3.1.1 การวิจัยเชิงเอกสาร (documentary research)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการ โดยศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ บทความทางวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลจากการค้นคว้าบนอินเทอร์เน็ตเพื่อทบทวนแนวคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนิยายออนไลน์ยุคใหม่ ช่องทางเลือกของนักอ่าน หรือทางรอดของนักเขียน มาใช้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการในการช่วยวิเคราะห์ประเด็นสำคัญ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการหัวข้อที่ศึกษาและนำไปสู่การสร้างเครื่องมือหรือแนวทางในการสร้างข้อคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแนวทางหนึ่งที่มีประสิทธิภาพ โดยเบื้องต้นจากการศึกษาได้ศึกษาแนวคิดหรือทฤษฎีดังนี้

1. ประวัติและความหมายของนิยาย นิยายออนไลน์ และนิยายแซท
2. ทฤษฎีการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารตลาดดิจิทัล
3. ทฤษฎีการเลียนแบบ (Imitation Theory)
4. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ(จากสื่อ)

3.1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ได้มีการใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยจะทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล ในรูปแบบที่เป็นการซักถาม และพูดคุยกันระหว่างผู้ถูกสัมภาษณ์และผู้ทำวิจัยเพื่อหาคำตอบอย่างละเอียดและศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลรวมถึงทัศนคติต่อนิยายออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างของทางนักเขียนและทางนักอ่านนิยายออนไลน์ในประเทศไทย โดยการออกแบบโครงสร้างคำถามของข้อคำถามจะใช้แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured Interview) คือผู้วิจัยได้มีการร่างคำถามและเตรียมการสัมภาษณ์ในลักษณะข้อคำถามปลายเปิดแบบกว้าง ๆ โดยระบุหัวข้อที่ต้องการจะถามเพื่อไม่ให้หลุดประเด็นที่ต้องการ แต่จะผสมผสานระหว่างโครงสร้างข้อคำถามและการกำหนดประเด็นคำถามไว้ล่วงหน้า เพื่อความยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการซักถามหรือการสลับข้อคำถามให้เหมาะสมกับสถานการณ์หรือผู้ถูกสัมภาษณ์แต่ละคนได้ และไม่เป็นทางการมากนัก โดยใช้คำสำคัญ (keyword) ในการกำหนดทิศทางและชี้แนะของข้อคำถาม เพื่อให้บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในประเด็นต่าง ๆ ทั้งนักเขียนนิยายหรือนักอ่านนิยายออนไลน์ตอบข้อคำถามจากการสัมภาษณ์รายบุคคล เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์จะได้ให้คำตอบที่มีความแตกต่างและความหลากหลายในมุมมองต่อเรื่องที่เกี่ยวข้องกับนิยายออนไลน์ในปัจจุบันและในอนาคตของประเทศไทย เพื่อช่วยให้ได้คำตอบที่จะนำไปวิเคราะห์ต่อไป มีความถูกต้อง ชัดเจนและน่าเชื่อถือมากขึ้น

3.1.3 ใช้การจดบันทึกและบันทึกเสียงของผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยจะใช้วิธีการจดบันทึกข้อมูลระหว่างทำการสัมภาษณ์ เพื่อเน้นความสำคัญของคำตอบที่ได้รับและจัดลำดับและเรียบเรียงความคิดให้เป็นไปตามที่วางแผน และสรุปประเด็นที่ได้เป็นระยะ ๆ เพื่อตรวจเช็คคำตอบที่ได้รับว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการหรือไม่ ประกอบกับการสังเกตท่าทางภายนอกของผู้ถูกสัมภาษณ์ในขณะที่ตอบคำถาม และจะทำการจดบันทึกโดยละเอียดภายหลังจากการสัมภาษณ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว จากบทสนทนาที่มีการบันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์ เพื่อป้องกันการลืมและลดความผิดพลาดของข้อมูลที่ได้รับระหว่างการสัมภาษณ์

โดยจะทำการขออนุญาตเพื่อบันทึกเสียงก่อนเริ่มการสัมภาษณ์กับผู้ถูกสัมภาษณ์ หากผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ขัดข้องและอนุญาต ผู้วิจัยจะทำการบันทึกเสียงเก็บรายละเอียดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและสมบูรณ์มากขึ้นระหว่างทำการสัมภาษณ์ และสามารถใช้ในการสังเกตผู้ถูกสัมภาษณ์ต่อสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ตอนนั้นได้อย่างเต็มที่ โดยไม่ต้องกังวลกับการจดรายละเอียดมากเกินไป และเป็นการช่วยให้บรรยากาศในการสัมภาษณ์เป็นไปตามธรรมชาติมากขึ้น ผู้ถูกสัมภาษณ์ก็จะไม่รู้สึกว่าคุณกำลังถูกกดดันมากเกินไป แต่หากในกรณีที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่สบายใจ

ในการให้บันทึกข้อมูลเสียง ผู้วิจัยก็จะไม่มีการบันทึกเสียง แต่จะทำการจดบันทึกใจความสำคัญ ระหว่างการสนทนาเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเกิดความสบายใจทั้งสองฝ่าย

3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ (Sample)

สำหรับการศึกษานี้ได้ใช้วิธีการศึกษาโดยวิจัยเชิงคุณภาพและได้กำหนดกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มนักเขียนนิยายออนไลน์ และกลุ่มนักอ่านนิยายออนไลน์ ซึ่งกลุ่มนักเขียนนิยายจะเป็นทั้งนักเขียนนิยายทั่วไปกับนักเขียนนิยายออนไลน์ และกลุ่มนักอ่านนิยายนิยายทั่วไปกับนักอ่านนิยายออนไลน์ ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดกับหัวข้อการศึกษาในครั้งนี้จำนวน 30 คน โดยดำเนินการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive random) เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานและความเข้าใจของกลุ่มนักเขียนนิยายและนักอ่านนิยายออนไลน์ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มนักเขียนนิยายมีประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า 2 ปี

- นักเขียนนิยายออนไลน์ที่เคยมีประสบการณ์เขียนหนังสือนิยาย 6 คน
 - นิยายออนไลน์แบบบรรยายอย่างเดียว จำนวน 2 คน
 - นิยายออนไลน์แบบบรรยายและแบบแซท จำนวน 2 คน
 - นิยายออนไลน์แบบแซทอย่างเดียว จำนวน 2 คน
- นักเขียนนิยายออนไลน์ที่ไม่เคยมีประสบการณ์เขียนหนังสือนิยาย จำนวน 6 คน
 - นิยายออนไลน์แบบบรรยายอย่างเดียว จำนวน 2 คน
 - นิยายออนไลน์แบบบรรยายและแบบแซท จำนวน 2 คน
 - นิยายออนไลน์แบบแซทอย่างเดียว จำนวน 2 คน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มนักอ่านนิยายออนไลน์

- นักอ่านนิยายที่อ่านหนังสือนิยายและนิยายออนไลน์ จำนวน 18 คน
 - นิยายออนไลน์แบบบรรยายอย่างเดียว จำนวน 3 คน
 - นิยายออนไลน์แบบบรรยายและแบบแซท จำนวน 9 คน
 - นิยายออนไลน์แบบแซทอย่างเดียว จำนวน 6 คน

ด้วยการแบ่งกลุ่มของนักเขียนออกเป็นประเภทเป็นกลุ่มย่อยตามประสบการณ์ที่เคยเขียนหนังสือนิยายและประเภทของงานที่เคยเขียน และเจาะจงจากเว็บไซต์นิยายออนไลน์ Dek-D.com , Tunwalia.com , Joylada และ ReadAWrite จะทำให้เข้าใจถึงความแตกต่างของการเขียนนิยายแต่ละประเภทและความแตกต่างของการสื่อสารของนักเขียนต่อนักอ่านในอดีตกับปัจจุบัน การ

ใช้สื่อออนไลน์รวมถึงการทำการตลาดออนไลน์ที่จะทำให้นักอ่านรู้จักและนิยายของคุณเป็นที่นิยมในวงการ

ส่วนด้านกลุ่มของนักอ่านออนไลน์จะทำให้เห็นมุมมองของฝั่งนักอ่านที่จะให้ข้อมูลช่วยสนับสนุนหรือให้เห็นถึงผลของจากการสื่อสารของนักเขียน ปัจจัยที่ทำให้สนใจหรืออ่านนิยายออนไลน์และทำให้เกิดความพึงพอใจหรือประโยชน์ต่อนักอ่านที่นักอ่านรับรู้ รวมถึงแนวโน้มและพฤติกรรมของนักอ่านที่จะสามารถช่วยให้นักเขียนได้พัฒนาผลงานและวงการนิยายในอนาคตได้

3.3 เครื่องมือที่ใช้และข้อคำถามในการสัมภาษณ์

เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งสร้างขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องโดยมีวิธีการที่ใช้ในการวิจัยดังต่อไปนี้

เครื่องมือ

- 1) ใช้แบบสัมภาษณ์ ซึ่งข้อคำถามแต่ละประเด็นยึดตามหลักวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งสัมภาษณ์ในลักษณะที่มีความยืดหยุ่นและตอบคำถามได้ไม่จำกัด เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์อธิบายคำตอบได้อย่างอิสระและไม่จำกัดคำตอบในการสัมภาษณ์
- 2) เครื่องบันทึกเทปหรือเครื่องบันทึกเสียงระบบดิจิทัล
- 3) สมุดโน้ตหรือกระดาษ และเครื่องเขียนที่ใช้สำหรับการจดบันทึกข้อมูล

3.3.1 ข้อคำถามในการสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์เชิงลึกโดยผู้ศึกษาได้วางกรอบประเด็นสำคัญในแต่ละหัวข้อของการสัมภาษณ์เชิงลึกตามแนวทางที่ใช้ในการศึกษา เพื่อนำข้อมูลมายืนยันและสนับสนุนข้อมูล โดยมีประเด็นหัวข้อคำถามแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งแบ่งออกเป็นคำถามของนักเขียนนิยายออนไลน์และนักอ่านนิยายออนไลน์ โดยหัวข้อเพื่อเป็นแนวทางของคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ในสัมภาษณ์

เน้นเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวอันประกอบด้วย ชื่อสกุล อายุ อาชีพ และประสบการณ์เกี่ยวกับนิยายออนไลน์ของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งนักเขียนและนักอ่านนิยายออนไลน์

ส่วนทางนักเขียนจะมีการถามเพิ่มเติมในส่วนประสบการณ์ของการเป็นนักเขียนกี่ปี จำนวนครั้งในการตีพิมพ์ จำนวนนิยายที่แต่ง ประเภทนิยาย และประเภทหรือวิธีการเขียนนิยายออนไลน์ เป็นต้น

เพื่อให้ทราบถึงประสบการณ์ และการอยู่ในวงการนิยายออนไลน์ของผู้ถูกสัมภาษณ์ ต่อนิยายออนไลน์ทั้งด้านนักเขียนและนักอ่าน รวมถึงความเข้าใจเกี่ยวกับนิยายออนไลน์ รวมถึงสามารถจำแนกกลุ่ม ความชอบ อายุ อาชีพ ที่เป็นปัจจัยอื่นมาสนับสนุนการซื้อได้หากมีความแตกต่างกันในคำตอบของแต่ละบุคคล

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเขียนนิยายออนไลน์

เน้นให้เห็นประเด็นว่าปัจจัยใดที่ส่งผลให้นักเขียนมีความสนใจและเริ่มต้นการเขียนนิยายออนไลน์ลงบนแพลตฟอร์ม รวมถึงการที่นักเขียนสร้างผลงานแต่ละชิ้นขึ้นมาได้รับอิทธิพลหรือแรงบันดาลใจในการเขียนเรื่องราวเหล่านั้นอย่างไร และมีการใช้ภาษาหรือเทคนิคการเล่าเรื่องราวและถ่ายทอดเนื้อหาอย่างไรที่ทำให้ผู้อ่านมีความรู้สึกร่วมไปกับนิยายของตน

3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการอ่านนิยายออนไลน์

เน้นให้เห็นประเด็นที่ส่งผลหรือเป็นปัจจัยของนักอ่านนิยายออนไลน์ ว่าปัจจัยใดที่ส่งผลให้เขาเกิดความสนใจและเริ่มอ่านนิยายออนไลน์ หรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบการอ่านของตนเอง ความเข้าและการรับรู้ต่อนิยายออนไลน์ในปัจจุบัน

4) การใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในการเขียนนิยาย

ในประเด็นนี้จะเกี่ยวกับการใช้ช่องทางออนไลน์หรือการสื่อสารออนไลน์ของนักเขียนนิยาย เพื่อให้เห็นถึงวิธีการหรือกลยุทธ์ในการสื่อสารและใช้ช่องทางออนไลน์ในการเขียนนิยายและเข้าถึงนักอ่านให้รู้จักและอ่านนิยายของตนที่จะสร้างความแตกต่างบนโลกออนไลน์ โดยเน้นว่านักเขียนมีความเห็นเกี่ยวกับการใช้ช่องทางสังคมออนไลน์ในการเขียนนิยายและความแตกต่างของการเขียนนิยายออนไลน์และทั่วไปทั้งในอดีตและปัจจุบัน การวางแผนหรือการเข้าถึงกลุ่มนักอ่านมีความแตกต่างจากเดิมอย่างไร รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเขียนนิยายออนไลน์และการออกแบบเว็บไซต์นิยายออนไลน์ในแต่ละแพลตฟอร์ม และการที่นิยายออนไลน์สามารถแสดงความคิดเห็นได้ หรือมีการสื่อสารกันสองทางระหว่างนักเขียนและนักอ่าน และในมุมมองความเห็นของนักอ่านซึ่งเป็นบุคคลที่ได้รับสารจากนักเขียนว่ามีปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการรับรู้ ความสนใจ และการเลือกอ่านนิยายออนไลน์รวมการติดตามนักเขียนหรือผลงานของอันเขียนที่ตนชื่นชอบ

5) ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของนักอ่านนิยายกับการอ่านนิยายออนไลน์

เน้นพฤติกรรมนักอ่านนิยายออนไลน์ในปัจจุบัน และความเห็นในเรื่องของปัจจัยในการเลือกใช้เว็บไซต์นิยายออนไลน์ และเลือกช่องทางในการอ่านนิยาย ทั้งในส่วนของ การสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ การสื่อสารจากนักเขียน รูปแบบเว็บไซต์ของนิยายออนไลน์ และองค์ประกอบของนิยายที่ส่งผลต่อการอ่านนิยายของนักอ่านเพื่อให้ทราบความแตกต่างของการอ่านนิยายในรูปแบบเดิมกับปัจจุบันว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรบ้าง

ตัวอย่างข้อความ

คำถามสำหรับนักเขียน

- เหตุผลที่ทำให้คุณอยาก/หรือเข้ามาเป็นนักเขียนออนไลน์
- ทำไมจึงเลือกเขียนในเว็บไซต์นี้
- โครงสร้าง/การออกแบบเว็บไซต์มีผลต่อการเขียนนิยายออนไลน์ของคุณอย่างไร
- ความยาก/ง่ายระหว่างการเขียนนิยายทั่วไปและการเขียนนิยายออนไลน์
- คุณคิดว่าอะไรเป็นความแตกต่างระหว่างการเขียนนิยายในอดีตและปัจจุบัน

คำถามสำหรับนักอ่านนิยาย

- ทำไมถึงหันมาสนใจ เริ่มอ่านหรือเลือกอ่านนิยายออนไลน์
- ช่องทางหรือเว็บไซต์ที่คุณนิยมใช้อ่านนิยายออนไลน์ และเว็บไซต์นี้แตกต่างจาก

เว็บไซต์อื่นอย่างไร

- เวลาเลือกอ่านนิยายออนไลน์เรื่องหนึ่ง คุณสนใจอะไรบ้างถึงเข้าไปอ่านเรื่องนี้
- ระหว่างการอ่านหนังสือนิยายกับการอ่านนิยายออนไลน์ในปัจจุบัน คุณใช้เวลาทั้งสอง

สิ่งไหนมากกว่ากัน

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลที่น่าสนใจในการศึกษาครั้งนี้โดยใช้วิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีกระบวนการเก็บข้อมูล ดังนี้

3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

- เมื่อผู้ศึกษาได้สร้างหรือออกแบบข้อความคำถามในการสัมภาษณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้แล้ว ทำการตรวจสอบและให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความเหมาะสมและความถูกต้องของข้อความ แล้วทำการตรวจสอบความเรียบร้อยและความสมบูรณ์ของข้อความ และนำไปทำการศึกษาหรือสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกไว้

- ติดต่อผู้ที่มีคุณสมบัติตรงกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้วางแผนไว้เพื่อขอความร่วมมือในการสัมภาษณ์สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำติดต่อผ่านทางช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น ทวิตเตอร์ เฟสบุ๊ก อีเมล หรือติดต่อผ่านทางคนรู้จัก และชี้แจงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ให้ผู้ที่มีความสะดวกเข้ารับการสัมภาษณ์ได้เข้าใจ

- เตรียมประเด็นและความพร้อมในการสัมภาษณ์ ทั้งในเรื่องของการสร้างบรรยากาศก่อนการสัมภาษณ์และระหว่างการสัมภาษณ์ โดยอาจจะมีการฝึกสัมภาษณ์และลองคาดเดาแนวทางของคำตอบของผู้ถูกสัมภาษณ์ เพื่อให้สามารถถามเข้าประเด็นในแต่ละเรื่องได้ลึกมากขึ้นและไม่เกิดช่องว่างของบทสนทนาระหว่างการสัมภาษณ์จริง

- นัดวัน เวลาและสถานที่ที่ผู้ถูกสัมภาษณ์สะดวกต่อการให้ข้อมูลและพูดคุย โดยจะเน้นร้านกาแฟหรือคาเฟ่ที่คนไม่พลุกพล่าน เสียงไม่ดัง หรือมีห้องประชุมที่ส่วนตัว เพื่อไม่ให้มีเสียงรบกวนจนทำให้เกิดการเสียสมาธิและหลุดประเด็นระหว่างการสัมภาษณ์ และในการทำการนัดหมายผู้ถูกสัมภาษณ์โดยใช้ช่องทางแชท หรือโทรศัพท์เพื่อนัดหมาย

- ทำการสัมภาษณ์โดยใช้ประเด็นคำถามจากข้อคำถามที่สร้างไว้เป็นสำคัญและเจาะลึกลงไปในการตอบหรือข้อมูลที่ได้นอกเหนือจากที่เตรียมไว้ พร้อมบันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์และจดบันทึกข้อมูลหรือใจความสำคัญขณะสัมภาษณ์เพื่อไม่ให้หลุดประเด็นและได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ควบคู่กับการสังเกตพฤติกรรม และท่าทางระหว่างตอบคำถามของผู้ถูกสัมภาษณ์

- ตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ได้ทั้งหมด และทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้ครบถ้วนแล้วมาถอดเทปบันทึกเสียง เพื่อทำการแปลผลหรือวิเคราะห์เนื้อหาการสัมภาษณ์ แต่หากข้อมูลที่ได้นั้นไม่ครบถ้วนสมบูรณ์จะทำการสัมภาษณ์หรือสอบถามเพิ่มเติมถึงข้อมูลในส่วนที่ขาดอีกครั้ง

ซึ่งในการสัมภาษณ์นั้นระยะเวลาที่ใช้ในการสัมภาษณ์ต่อบุคคลจะกำหนดไว้ที่ประมาณ 45-60 นาที เพื่อไม่ให้บทสนทนายืดเยื้อเกินไปหรือหลุดจากประเด็นหลักเกินไป แต่หากบางประเด็นมีจุดที่น่าสนใจและสามารถลงลึกเข้าไปในรายละเอียดได้มากขึ้นจะเพิ่มเวลาสัมภาษณ์ 10-15 นาที

3.4.2 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

โดยระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาวิจัยออนไลน์ยุคใหม่ ช่องทางเลือกของนักอ่าน หรือทางรอดของนักเขียน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ.2564 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2564

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยมีลำดับขั้นตอนในการวิเคราะห์ ดังนี้

3.5.1 วิธีสรุปผลและเชื่อมโยงความสัมพันธ์

หลังจากทำการสัมภาษณ์แล้วผู้ศึกษาจะทำการถอดข้อความ คำตอบของผู้ถูกสัมภาษณ์ จากคลิปเสียงที่ได้บันทึกไว้และตรวจสอบความถูกต้องควบคู่กับการจดบันทึกข้อมูลขณะสัมภาษณ์ของแต่ละบุคคลและนำข้อมูลมาทำการสรุปประเด็นต่าง ๆ จัดแยกชุดข้อมูลออกตามหัวข้อในแต่ละประเด็น จัดลำดับความสำคัญแล้วนำความแตกต่างและความคล้ายคลึงของคำตอบจากแต่ละบุคคลที่ได้จากการสัมภาษณ์เพื่อทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาว่าเนื้อหา มีความครบถ้วนสมบูรณ์ โดยการตรวจคำตอบว่าผู้ถูกสัมภาษณ์นั้นได้ตอบคำถามครบถ้วนตามประเด็นข้อคำถามต่าง ๆ ในส่วนนั้นหรือไม่ หากครบถ้วนตามประเด็นที่ได้จัดไว้ตามวัตถุประสงค์ก็จะนำมาสังเคราะห์แต่ละประเด็นต่อไป

ด้วยการใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) ผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัดระเบียบของข้อมูล ทำการแยกข้อมูลเป็นกลุ่ม และจัดลำดับความสำคัญตามประเด็น โดยทำการตรวจสอบจากเรื่องราวและข้อคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ของผู้ถูกสัมภาษณ์ ว่าสิ่งที่เขาได้ให้ข้อมูลมานั้นอยู่ในประเด็นใดบ้าง เพื่อให้สะดวกและง่ายต่อการนำไปวิเคราะห์ ซึ่งจะวิเคราะห์และตรวจสอบความจริงของข้อมูล โดยใช้การยกตัวอย่าง น้ำเสียง และท่าทางจากการสังเกต เข้ามาช่วยในการตัดสินใจและวิเคราะห์คำตอบ โดยเราจะมีการใช้คำหลัก (Keyword) ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของประโยคหรือข้อความที่อิงกับทฤษฎีหรือวัตถุประสงค์มาเป็นหลัก เพื่อช่วยในการบันทึกและรวบรวมประเด็น และคำหลักที่ใช้เป็นเกณฑ์จะมีความหมายและครอบคลุมเพื่ออธิบายข้อมูลของผู้ถูกสัมภาษณ์ ซึ่งแต่ละคนก็จะมีการใช้คำพูดที่แตกต่างกัน แต่บางคำหรือบางประโยคอาจมีนัยยะของความหมายอาจคล้ายคลึงกันได้ และใช้ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันอย่างเป็นระบบและเชื่อมโยงความเกี่ยวข้องของข้อมูลเข้าด้วยกัน โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาทำการเปรียบเทียบกับข้อมูลทางเอกสาร เพื่อดูความสอดคล้องตามแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ค้นคว้าไว้ข้างต้น เพื่อให้เห็นถึงส่วนสำคัญของข้อมูลที่ได้จากการศึกษาให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ได้ข้อมูลที่มีความลึกในประเด็นและมีความละเอียด รวมถึงมีการอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือจากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีจากเอกสารที่ได้ทบทวนในบททบทวนวรรณกรรมสำหรับนำไปวิเคราะห์และเขียนรายงานข้อมูลที่ได้จากการศึกษาโดยเขียนในรูปแบบเชิงบรรยาย และในส่วนของข้อมูลที่ไม่มีหมวดหมู่หรือประเด็นที่ไม่มีความชัดเจนจะถูกแยกไว้เพื่อทำความเข้าใจในขั้นต่อไป

โดยประเด็นข้อมูลที่ได้จากนักอ่านนิยายออนไลน์จะเป็นคำตอบที่ช่วยสนับสนุนคำตอบข้อนักเขียนนิยายให้มีน้ำหนักและเห็นตัวอย่างได้มากขึ้น อย่างเช่นเรื่องของการสื่อสารของนักเขียนที่จะส่งไปถึงผู้อ่านที่ไม่ใช่แค่การดำเนินเรื่องของนิยาย แต่อาจรวมถึงบทบาทของตัวละคร ความสมจริงของเนื้อหรือบทสนทนา ที่จะช่วยดึงคุณผู้อ่านหรือไม่ รวมไปถึงการนิยายของตนเอง ให้เป็นที่รู้จักเป็นวงกว้างกับผู้อ่านโดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์เข้ามาปรับใช้ตาม ทฤษฎีที่กล่าวไว้ในบทบททวนวรรณกรรม ซึ่งข้อมูลที่ได้ก็สามารถเชื่อมโยงเพื่อเปรียบเทียบข้อมูลของนักเขียนและนักอ่านถึงความสอดคล้องและความจริงของข้อมูลได้ถูกต้องมากขึ้น นอกจากนี้ที่กล่าวมาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักเขียนนิยายและนักอ่านนิยายออนไลน์ยังสามารถนำมาเปรียบเทียบ ความแตกต่างของพฤติกรรมทั้งด้านการเขียนของนักเขียนนิยายทั่วไปและนักเขียนนิยายออนไลน์ ความแตกต่างของการสื่อสารของนักเขียนนิยายทั่วไปและนักเขียนนิยายออนไลน์ ความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านนิยายของนักอ่านในอดีตและปัจจุบัน เป็นต้น

การศึกษาครั้งนี้จะใช้รูปแบบการเขียนเชิงบรรยายในการสรุปประเด็นต่าง ๆ ตามลำดับ ความสำคัญของแต่ละประเด็น โดยมีส่วนของการบรรยายด้วยภาษาและถ่ายทอดจากผู้ทำการศึกษา กับการแสดงข้อมูลหลักฐานในการสนับสนุนจากข้อมูลโดยตรง ซึ่งจะเขียนให้สะท้อนเห็นมุมมองทัศนคติและความรู้สึก เช่นการยกคำพูดของผู้ถูกสัมภาษณ์โดยไม่เสริมแต่งหรือบิดเบือนข้อมูล การยกบทสนทนา ที่สะท้อนให้เห็นความรู้สึกนึกคิดที่แท้จริงของผู้ถูกสัมภาษณ์ และชี้ให้เห็นถึงประเด็นที่มีความสอดคล้องหรือขัดแย้งกันของข้อมูล พร้อมแทรกคำพูดที่กล่าวถึงประเด็นสำคัญใน ส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลที่ผ่านการตีความ โดยจะเชื่อมข้อมูลของผู้ศึกษา ผู้ถูกสัมภาษณ์และ เนื้อหาของทฤษฎีด้วยการบรรยายเพื่อให้เข้าใจง่ายและการอธิบายที่ประมวลผลและผ่าน กระบวนการวิเคราะห์เป็นขั้นตอนตามวัตถุประสงค์หรือกรอบแนวคิดในการศึกษามาช่วยในการ ดำเนินงาน อธิบายประเด็นต่าง ๆ ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น ที่ได้นำเสนอให้มีความเห็นที่เกี่ยวข้องกันมากขึ้น

3.5.2 ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะทำให้เห็นในมุมมองในมุมมองของการอยู่รอดของหนังสือ นิยายที่สำนักพิมพ์และนักเขียนนิยายทั้งทั่วไปและออนไลน์ได้คำนึงถึงความแตกต่างของการเข้าถึงช่องทางในการอ่านนิยายของแต่ละบุคคลโดยเฉพาะในช่วงวัยทั้งกลุ่มวัยเรียนและวัยทำงานที่นิยมอ่านนิยายและมีกำลังในการซื้อ และนักเขียนจะสามารถใช้ข้อมูลจากการศึกษาพัฒนาเนื้อหาของ นิยายในปัจจุบันที่นักอ่านอาจต้องมีการศึกษาเทรนของนักอ่านเพื่อปรับเปลี่ยนเนื้อหาและการเขียน ของตนเองให้เท่าทันกระแสและสถานการณ์ต่าง ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงและให้ผู้อ่านสนใจมากขึ้น

ซึ่งจะทำให้มีทั้งนักเขียนได้มีการพัฒนางานของตนเอง และสำนักพิมพ์ได้เห็นแนวทางในการพัฒนา และเข้าถึงผู้อ่านได้ดีกว่าเดิม นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางให้บุคคลที่สนใจจะเริ่มต้นเป็นนักเขียนได้ ศึกษาและเข้าใจวิธีการสร้างผลงาน การเขียนนิยายออนไลน์ และกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ผู้เขียนได้ถ่ายทอด ประสบการณ์ ทั้งข้อดี ข้อเสียและอุปสรรค รวมถึงมุมมองของนักอ่านที่จะทำให้ผู้สนใจในเรื่องจะ เข้ามาเป็นนักเขียนได้นำไปปรับใช้ ต่อยอดหรือเป็นแนวทางกับการเขียนนิยาย

3.6 ความเสี่ยงในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและแผนสำรอง

สำหรับแผนสำรองในการศึกษาคครั้งนี้ มีขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิด สถานการณ์อันไม่พึงประสงค์หรือไม่คาดคิดขณะทำการศึกษา ซึ่งได้มีแนวทางในการแก้ไขดังนี้

1) ปัญหาจากเหตุสถานการณ์โควิด-19 และกรณีที่ถูกสัมภาษณ์ไม่สามารถไม่สะดวก เดินทางมาให้สัมภาษณ์ได้ ทางผู้ศึกษาจะทำการขอสัมภาษณ์ผ่านวิดีโอ (Video Call) โดยใช้ช่องทาง Line , Zoom หรือ Google meet เป็นต้น เพื่อลดความเสี่ยงในสถานการณ์ดังกล่าว และเพิ่มช่องทาง เลือกเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ถูกสัมภาษณ์

2) กรณีได้คำตอบไม่ครบตามประเด็นที่กำหนดที่จะทำให้ได้คำตอบมาวิเคราะห์ข้อมูล ไม่ครบถ้วน ทางผู้ศึกษาจะทำการแจ้งไปยังผู้ถูกสัมภาษณ์บุคคลนั้นเพื่อขอสอบถามในประเด็นที่ ขาดหรือสงสัยเพิ่มเติมอีกครั้งและจดบันทึกอย่างรัดกุมเพื่อช่วยให้การจัดลำดับประเด็นคำถามใน ครั้งถัดไป

3) กรณีได้คำตอบส่วนใหญ่ที่ไม่ตรงกับทฤษฎีในทบทวนบทวรรณกรรม ผู้ศึกษาจะทำการ จัดคำตอบเป็นเป็นหมวดหมู่และดูแนวทางของคำตอบว่าส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับเรื่องใด และ ทำการศึกษาทฤษฎีที่มีความใกล้เคียงเพื่อทำการวิเคราะห์ และสนับสนุนคำตอบในประเด็นนั้น ต่อไป หรือศึกษาทฤษฎีที่น่าสนใจและคาดการณ์ไว้สำรองล่วงหน้า

4) กรณีคำถามที่กระทบกระเทือนต่อสภาพจิตใจ เนื่องจากอาจมีคำถามเกี่ยวกับการ แสดงความคิดเห็นของผู้อ่านที่นักเขียนได้รับหากเป็นความคิดเห็นในเชิงลบอาจจะส่งผลให้เขารู้สึก ไม่ดีและไม่อยากตอบคำถามต่อหรือเสี่ยงในการให้ข้อมูล ผู้ศึกษาจะปรับบรรยากาศของสถานการณ์ ตอนนั้นให้เขารู้สึกสบายใจขึ้นโดยการพูดคุยเพื่อปรับอารมณ์และเตรียมประเด็นอื่น ๆ ในการ สัมภาษณ์ต่อไปและจดบันทึกถึงเรื่องที่ทำให้กระทบต่อความรู้สึกของเขาไว้เพื่อเลี่ยงคำถามหรือ คำพูดนั้นขณะสัมภาษณ์

3.7 จริยธรรม

ในการศึกษาเรื่อง นิยายออนไลน์ ช่องทางเลือกของนักอ่าน หรือทางรอดของนักเขียนทางผู้ศึกษาได้คำนึงถึงหลักจริยธรรมและความเป็นส่วนตัวของผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นหลัก เนื่องจากในการศึกษารุ่นนี้จำเป็นต้องมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับตัวบุคคลที่เป็นผู้ถูกสัมภาษณ์และนำข้อมูลบางส่วนที่ได้จากการสัมภาษณ์ตัวบุคคลมาใช้วิเคราะห์และนำเสนอในการศึกษาเพื่อสนับสนุนข้อมูลที่ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์และประมวลผลให้นำเชื่อถือมากขึ้น จึงต้องมีการป้องกันเพื่อปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งการเก็บรวบรวม การจัดเก็บรักษา การใช้ การเปิดเผย รวมถึงสิทธิต่าง ๆ ของเจ้าของข้อมูลทั้งหมด

ซึ่งในการดำเนินงานการสัมภาษณ์จะมีการติดต่อผู้ถูกสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้เลือกไว้ โดยจะทำการแนะนำตัวเบื้องต้นว่าตัวผู้สัมภาษณ์ เราเป็นชื่ออะไรและเป็นนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยมหิดล พร้อมแจ้งถึงวัตถุประสงค์ที่แท้จริงต่อผู้ถูกสัมภาษณ์ในการขอเก็บข้อมูลในการสัมภาษณ์ว่าเรามีความต้องการที่จะขอสัมภาษณ์เขาเพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวิจัยหรือศึกษาเกี่ยวกับเบื้องหลังของผู้ที่เกี่ยวข้องกับนิยายออนไลน์ และจะทำการขออนุญาตสัมภาษณ์โดยจะทำการเก็บข้อมูลในส่วนที่มีความจำเป็นต่อการศึกษาเท่านั้น และหากมีการบันทึกเสียงสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจะชี้แจงและแจ้งล่วงหน้าก่อนทำการนัดหมาย ซึ่งจะเป็นการขออนุญาตด้วยความสมัครใจและจะต้องได้รับความยินยอมอย่างชัดเจนจากผู้ถูกสัมภาษณ์เท่านั้น ทั้งข้อมูลที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลส่วนบุคคลที่มีความอ่อนไหว ไม่มีการขู่หรือกดดัน และจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลของผู้ถูกสัมภาษณ์ให้บุคคลใดหรือเผยแพร่ตามที่สาธารณะหากไม่ได้รับการยินยอม และจะเปิดเผยตามวัตถุประสงค์ที่ได้มีการแจ้งไว้ ผู้ถูกสัมภาษณ์มีสิทธิ์ที่จะแจ้งเจตนาขอยกเลิกไม่ให้ผู้ศึกษาเปิดเผยข้อมูลบางส่วนที่ไม่ต้องการให้เผยแพร่ภายหลังจากสัมภาษณ์เสร็จสิ้นได้ หากผู้ศึกษาได้ทำการนำข้อมูลที่ได้รับการอนุญาตมาวิเคราะห์และประมวลผลเป็นที่เรียบร้อยแล้วและไม่มีการแก้ไขหรือขอข้อมูลเพิ่มเติมแล้ว ผู้ศึกษาจะทำการกำจัดข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นเทปบันทึกเสียงหรือไฟล์เสียง สมุดหรือกระดาษจดบันทึกต่าง ๆ ที่ทันทีหลังการศึกษาครั้งนี้เสร็จสิ้นลงเพื่อดูแลปกป้องประโยชน์และความลับของผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ให้รั่วไหลออกไปได้ หากในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างที่ได้ติดต่อเพื่อขอสัมภาษณ์ไม่ยินยอม ทางผู้ศึกษาจะไม่มีทำการขอสัมภาษณ์ต่อ หรือผู้ที่ได้สัมภาษณ์เรียบร้อยแล้ว ไม่ต้องการเปิดเผยข้อมูลในภายหลัง ผู้ศึกษาก็จะกำจัดข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทันทีเมื่อได้รับแจ้งอย่างชัดเจนจากผู้ถูกสัมภาษณ์

ในส่วนของการรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องผู้ศึกษาจะมีการเขียนอ้างอิงถึงต้นฉบับของทฤษฎีและข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการศึกษามาจากบุคคลอื่นในทุกข้อความที่มีการกล่าวถึงหรือที่ได้นำมาสรุปในการศึกษารุ่นนี้ จะไม่ทำการคัดลอกหรือนำผลงานของบุคคลอื่นมาใส่หรืออ้างเป็น

ผลงานของตัวเอง รวมถึงไม่มีการแก้ไขตัวเลขหรือข้อมูลจากความเป็นจริงหรือข้อมูลที่มีผลกระทบต่อบุคคลอื่น นอกจากนี้ผู้ศึกษาจะไม่มีภาระจ้างหรือให้ผู้อื่นทำการศึกษาในครั้งนี้ให้แต่อย่างใด เพื่อเป็นการให้เกียรติต่อเจ้าของทฤษฎี เจ้าของแนวคิด เจ้าของข้อมูล และผู้ศึกษาเองด้วยเช่นกัน



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากประสบการณ์การเก็บข้อมูลเชิงลึกที่ผู้ศึกษาได้ใช้เวลาในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีประสบการณ์โดยตรงกับนิยายออนไลน์ ทั้งนักเขียนนิยายออนไลน์และนักอ่านนิยายออนไลน์ จำนวนทั้งหมด 30 คน ซึ่งทางผู้ศึกษาได้กำหนดกระบวนการและขั้นตอนในการทำการศึกษาวี้อย่างรัดกุม เพื่อให้การศึกษานี้เป็นไปอย่างราบรื่นในทุก ๆ ขั้นตอน แต่ในช่วงระยะเวลาการเก็บข้อมูลที่ผ่านมาผู้ศึกษาได้พบทั้งอุปสรรค ความผิดพลาดที่ไม่ได้เป็นไปตามแผนการวิจัยที่กำหนดไว้ ซึ่งถือเป็นความท้าทายของผู้ศึกษาระหว่างทำการเก็บข้อมูลอย่างมากว่าจะสามารถทำให้การศึกษานี้สามารถประสบความสำเร็จไปได้อย่างไรบ้าง จึงได้มีความตั้งใจที่จะกล่าวถึงสิ่งที่ผู้ศึกษาได้พบระหว่างการเก็บข้อมูล เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนากระบวนการเก็บข้อมูลให้ผู้ที่ต้องการศึกษาหรือมีความสนใจเกี่ยวกับนิยายออนไลน์ได้ทราบ

ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ผู้ศึกษาได้แบ่งประเภทกลุ่มตัวอย่างออกเป็นสองกลุ่มหลัก คือ นักเขียนนิยายออนไลน์ และนักอ่านนิยายออนไลน์ ซึ่งได้มองเห็นถึงสื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการขอสัมภาษณ์ร่วมกันเป็นส่วนมากคือ ทวิตเตอร์ (twitter) โดยเริ่มแรกได้ทำการค้นหาวิธีนิยายต่าง ๆ ที่เป็นเรื่องขอลนิยมนิยายหรือนิยายออนไลน์ที่เคยอ่านจากช่องทางแอปพลิเคชันนิยายออนไลน์ เพื่อค้นหาปากกาของผู้เขียนและแฮชแท็ก (Hashtag) ของเรื่องนั้น ๆ ที่ใช้สำหรับการวิธีนิยายของนักอ่านและอัปเดตนิยายผ่านช่องทางทวิตเตอร์ของนักเขียน ซึ่งเป็นหนทางที่ทำให้สามารถรู้จักแอดเค้าท์ของนักเขียนและเข้าถึงนักเขียนได้โดยตรง เมื่อทางเราได้นักเขียนที่เราต้องการสัมภาษณ์ก็ได้ทำการติดต่อผ่านช่องข้อความ (Direct Messages) ของนักเขียน เพื่อขออนุญาตพูดคุยและชี้แจงเป้าหมายในการทำวิจัยเบื้องต้น ซึ่งกลุ่มของนักอ่านก็ทำการติดต่อผ่านช่องทางข้อความ (Direct Messages) เช่นเดียวกัน หากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการขออนุญาตสัมภาษณ์ตอบตกลง ก็จะทำการนัดหมาย วัน เวลา สำหรับการสัมภาษณ์ และแลกเปลี่ยนไอดีไลน์สำหรับการ Video Call ผ่านไลน์คอล (Line Call) โดยใช้ข้อความที่ได้สร้างข้อเบื้องต้น 2 ชุดคือชุดข้อความสำหรับนักเขียนนิยายออนไลน์ และชุดข้อความสำหรับนักอ่านนิยายออนไลน์เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ ซึ่งทางผู้ศึกษาจะใช้เป็นการพูดคุยไปเรื่อย ๆ มากกว่าลักษณะการถามตอบเป็นข้อ ๆ ระหว่างการสัมภาษณ์ได้คอยจดคำตอบที่มีประเด็นสำคัญไว้เพื่อใช้ในการวิเคราะห์และประเด็นไหนเป็นประเด็นใหม่และน่าสนใจที่ไม่ได้มีในข้อความเดิมที่สร้างไว้ก็จะทำการเพิ่มคำถามนั้นไว้

สำหรับการสัมภาษณ์ครั้งต่อไป ระหว่างการสัมภาษณ์ถ้าคำถามไหนได้รับคำตอบแล้วก็จะทำการขีดหรือไฮไลท์คำถามนั้นไว้เพื่อไม่ให้เกิดการถามตอบวนซ้ำไปมา และหากประเด็นไหนที่ได้คำตอบที่ไม่ชัดเจนหรือยังได้ข้อมูลที่ไม่เพียงพอก็จะถามเพิ่มเติมอีก โดยจะได้ใช้เวลาประมาณ 45-60 นาที โดยประมาณต่อ 1 คน พร้อมทำการบันทึกเสียงเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์สำหรับการวิเคราะห์ในขั้นต่อไป แต่กว่าผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและผ่านช่วงเวลานั้นมาได้จนสำเร็จระหว่างทางของการเก็บข้อมูลผู้ศึกษาก็พบเจออุปสรรคหรือข้อผิดพลาดอยู่บ้างในบางประเด็น ดังนี้

4.1 อุปสรรค

- สถานการณ์โควิด-19

เวลาที่ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูล อยู่ในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึง มิถุนายน 2564 ที่เป็นช่วงที่เกิดการระบาดของโควิด-19 รอบที่ 3 ภายในประเทศไทย จึงทำให้มีการให้ประชาชนทำงานอยู่ที่บ้าน และปิดสถานประกอบการหลายแห่ง อย่างร้านอาหาร ร้านกาแฟ รวมถึงสถาบันการศึกษา ซึ่งเดิม ผู้ศึกษาได้ทำการวางแผนในการจัดสถานที่สัมภาษณ์กับผู้ถูกสัมภาษณ์หรือผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (face to face) ที่ร้านกาแฟและสถาบันการศึกษาของตนเอง แต่เมื่อสถานการณ์ของโควิด-19 ไม่สามารถควบคุมได้ จึงทำให้ต้องมีการนำแผนสำรองมาใช้เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลดำเนินต่อไปด้วยการใช้การสัมภาษณ์ผ่านช่องทาง วิดีโอคอล (Video Call) เพื่อเป็นการป้องกันการแพร่ระบาดของทั้งต่อตัวผู้ศึกษาและผู้ถูกสัมภาษณ์ด้วย จึงเลือกใช้ช่องทางการสัมภาษณ์ผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน ไลน์ (LINE) ที่เป็นแอปพลิเคชันสำหรับการติดต่อสื่อสารขอดิจิตในปัจจุบันที่มีฟีเจอร์ในการโทรศัพท์และวิดีโอคอลได้ฟรีที่ทำให้การสัมภาษณ์ครั้งนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ ถึงแม้ว่าจะมีอุปสรรคเล็ก ๆ น้อย ๆ อย่างเรื่องของสัญญาณโทรศัพท์ทั้งของผู้สัมภาษณ์หรือผู้ถูกสัมภาษณ์ที่ทำให้คุณภาพเสียงระหว่างการสัมภาษณ์บางช่วงลดลง เสียงเบาหรือขาดหายไปในช่วง ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ยื่นคำถามไม่ชัดบาง ผู้สัมภาษณ์เองก็ได้ยื่นคำตอบในบางช่วงไม่ชัดบ้าง ทำผู้สัมภาษณ์ก็จะมีการย้ำเพื่อทวนคำตอบหรือสอบถามใหม่อีกครั้งเพื่อให้ได้ความชัดเจนของคำตอบนั้น

- ข้อจำกัดด้านเวลา

อุปสรรคสำคัญของผู้ศึกษาอีกเรื่องคือเรื่องของเวลาที่ค่อนข้างมีจำกัดในแต่ละวัน เพราะตัวผู้สัมภาษณ์ได้ทำงานประจำ 5 วันต่อสัปดาห์ในระหว่างเวลา 09.00-18.00 น. และมีการเรียนสองวันต่อสัปดาห์ ซึ่งในแต่ละช่วงสัปดาห์ก็จะต้องมีการประชุมงานกลุ่มของมหาวิทยาลัยประมาณ

สองถึงสามวันต่อสัปดาห์ ในช่วงเวลา 20.00-23.00 น. ทำให้เวลาที่จะใช้ในการสัมภาษณ์แต่ละวันค่อนข้างน้อย จึงต้องมีการจัดสรรเวลาและตารางการสัมภาษณ์อย่างละเอียด เพื่อให้ได้เวลาที่ตรงกันทั้งผู้ถูกสัมภาษณ์และผู้สัมภาษณ์ เพราะหากขอสัมภาษณ์ตึกเกิน ไปทางผู้สัมภาษณ์ก็มีความเกรงใจต่อผู้ถูกสัมภาษณ์อย่างมาก และในแต่ละครั้งค่อนข้างจะใช้เวลาในการสัมภาษณ์อย่างต่ำ 40 นาที จึงส่งผลให้ในแต่ละวันสามารถจัดตารางการสัมภาษณ์ได้ไม่เกิน 3-4 คนเท่านั้น เพราะทางผู้ถูกสัมภาษณ์ก็ต้องหาเวลาที่ว่างให้กับทางผู้สัมภาษณ์เช่นเดียวกันว่าตนว่างวันไหน ช่วงเวลาใด เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ทำการลงตารางเวลาได้อย่างถูกต้อง ไม่เกิดการซ้อนเวลาในการนัดหมายของแต่ละคน หรือใช้เวลานานเกินไป

4.2 ความผิดพลาด

- ความผิดพลาดของข้อคำถามและการเตรียมความพร้อม

ก่อนสัมภาษณ์ทางผู้สัมภาษณ์ได้มีการเตรียมข้อคำถามสำหรับนักเขียน 1 ชุด และนักอ่าน 1 ชุดไว้เรียบร้อยแล้วสำหรับการสัมภาษณ์ แต่เมื่อทำการสัมภาษณ์จริงในครั้งแรก กลับเจอความผิดพลาดของข้อคำถามเดิม อย่างการจัดเรียงลำดับคำถามหลายประเด็น อย่างการกระโดดไปมาของข้อคำถามที่เราได้จัดเรียงไว้ พอสัมภาษณ์จริงเราไม่สามารถที่จะควบคุมให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบได้ทีละข้อได้ทุกข้อ บางคำถามที่เราเขียนไว้ก็มีการใช้คำที่กำกวม ไม่ชัดเจน ทำให้เวลาถามไปก็มีการติดขัดเนื่องจากผู้สัมภาษณ์ก็มีความสับสนใจการเรียบเรียงภาษาและไม่สามารถถ่ายทอดให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เข้าใจในครั้งเดียว รวมถึงผู้สัมภาษณ์ลืมถามในบางคำถาม เพราะเวลาสัมภาษณ์จะเน้นการพูดคุยจากคำถามที่ได้เตรียมไว้เบื้องต้น ซึ่งบางครั้งคำตอบของผู้สัมภาษณ์ก็มีการครอบคลุมคำถามในหลาย ๆ ข้อหรือบางครั้งประเด็นที่ได้มาจากคำตอบก็เป็นคำตอบของคำถามที่เรายังไม่ได้ถามไป ทำให้เกิดผู้สัมภาษณ์ต้องคอยมีการเช็คคำถามอย่างรวดเร็วตลอดระยะเวลาการสัมภาษณ์เพื่อไม่ให้เกิดการซ้ำซ้อนในการถามตอบ และให้สามารถต่อเรื่องราวในแต่ละประเด็นไปได้อย่างราบรื่น ทำให้ไม่เกิดความราบรื่นในการสนทนาอย่างที่คาดหวังไว้ แต่เมื่อได้รู้ความผิดพลาดจากการสัมภาษณ์ในช่วงแรก ๆ ก็ได้จัดการปรับปรุงและแก้ไขข้อคำถามให้ดีขึ้น และมีการเตรียมความพร้อมต่อการสัมภาษณ์ในทุก ๆ ครั้ง ตั้งแต่การฝึกเรียบเรียงคำพูด การเลือกใช้คำพูด เป็นต้น แต่เมื่อได้มีการสัมภาษณ์หลาย ๆ ครั้งมากขึ้น ความไหลลื่นและการแก้ไขสถานการณ์ของการสัมภาษณ์ก็เป็นไปได้ด้วยดี จากการที่สามารถแก้ไขและจัดการข้อผิดพลาดที่เคยเจอมาก่อนหน้าได้

- การได้มาของกลุ่มตัวอย่าง

จากการติดต่อกลุ่มตัวอย่างทั้งกลุ่มนักอ่านและนักเขียนออนไลน์ในการศึกษารั้งนี้ ผู้สัมภาษณ์ได้มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของแต่ละกลุ่มไว้ตามประสบการณ์และความเกี่ยวข้องกับประเภทของนิยายรูปแบบแนวและรูปแบบบรรยาย แยกออกจากกัน แต่เมื่อได้ติดต่อเพื่อขอสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างตามการแบ่งแต่ละประเภท พบว่ากลุ่มนักเขียนนิยายออนไลน์ถึงแม้จะเป็นนักเขียนที่เคยตีพิมพ์หนังสือนิยายและไม่เคยตีพิมพ์หนังสือนิยายล้วนมีประสบการณ์แต่งนิยายออนไลน์ทั้งรูปแบบบรรยายและแนวและรูปแบบแนวทั้งสิ้น โดยนักเขียนได้ให้เหตุผลถึงการปรับตัวของนักเขียนในแต่ละช่องทางในการเผยแพร่ผลงานและถือเป็นการฝึกแลพัฒนางานเขียนของตนเอง นอกจากนี้ทางกลุ่มนักอ่านนิยายออนไลน์ก็ไม่สามารถแยกประเภทตามการอ่านในรูปแบบบรรยายหรือรูปแบบแนวจากกันได้อย่างชัดเจน จึงทำให้การได้มาของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ที่ไม่ตรงกับที่วางแผนไว้และไม่สามารถหาบุคคลที่มีความชื่นชอบแบบเฉพาะเจาะจงในรูปแบบนิยายรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งได้ จึงได้ทำการแยกข้อคำถามเป็นเพิ่มเติมในส่วนที่ต้องเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของนักเขียนนิยายออนไลน์และนักอ่านนิยายออนไลน์ต่อนิยายออนไลน์รูปแบบบรรยายและรูปแบบแนว ในข้อคำถามเพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจนตามเป้าหมายที่วางไว้

4.3 ความท้าทาย

- การติดต่อขอสัมภาษณ์และสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

สำหรับในการขอสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างค่อนข้างเป็นสิ่งที่ท้าทายอย่างมาก เนื่องจากเราไม่ได้รู้จักเขาเป็นการส่วนตัว แต่เราต้องติดต่อขอสัมภาษณ์เขาผ่านช่องทางสื่อออนไลน์อย่าง ทวิตเตอร์ (Twitter) ที่เป็นแหล่งของนักเขียนและนักอ่านนิยายออนไลน์ส่วนใหญ่ ซึ่งในการทักไปแต่ละครั้งก็ต้องมีการเตรียมตัวในการพิมพ์ให้กลุ่มตัวอย่างที่เราต้องการสัมภาษณ์เข้าใจเป้าหมายในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ของเรา รวมถึงความน่าเชื่อถือของเราด้วย ที่สำคัญในการติดต่อกลุ่มตัวอย่างของนักเขียนนิยายออนไลน์ถือเป็นการความ โชคดีของเราที่นักเขียนนิยายออนไลน์ทุกคนยินดีที่จะช่วยเหลือในการศึกษาหัวข้อของเราอย่างเต็มที่ด้วยความเต็มใจ และยังมีคำแนะนำบอกต่อนักเขียนท่านอื่น ๆ เพื่อให้เราทำการขอดีต่อ บางท่านก็มีการชวนเพื่อนนักเขียนนิยายออนไลน์ที่เขารู้จักมาสัมภาษณ์กับเราด้วย แต่จะติดปัญหาเพียงเรื่องเดียวคือเรื่องของเวลาอย่างที่ได้อธิบายไปในมุมมองของอุปสรรคข้างต้น ทำให้บางครั้งอาจมีการเลื่อนนัดกับผู้ถูกสัมภาษณ์บ้าง แต่ก็ยังเป็น โชคดีชั้นที่สองของเราเช่นกันที่ทุกคนหาตารางเวลาใหม่ให้เราได้ทันที

และความท้าทายอีกอย่างคือช่วงของการเริ่มต้นในการสัมภาษณ์และระหว่างการสัมภาษณ์ การที่พูดคุยกับคนที่เราไม่เคยรู้จักในแต่ละครั้งไม่ใช่แค่กลุ่มนักเขียนออนไลน์ท่านนั้นแต่

ยังรวมถึงกลุ่มนักอ่านออนไลน์ ที่เราไม่สามารถคาดเดาได้ว่าเขาจะเป็นใคร ทำอาชีพอะไร อายุเท่าไร ผู้ถูกสัมภาษณ์จะมีรูปแบบในการตอบแบบไหน และที่สำคัญคือการระวังกับสิ่งอาจกระทบต่อความรู้สึกของผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ เพราะแต่ละคนก็มีพื้นฐานไม่เหมือนกัน การให้สัมภาษณ์ก็มีรูปแบบการพูดคุยและการตอบคำถามไม่เหมือนกัน บางคนก็จะตอบ โดยการเล่าเรื่องให้เราฟังไปเรื่อย ๆ บางคนก็ตอบสั้น ๆ ถามคำตอบคำ หรือบางคนก็จะมีการใช้ศัพท์เฉพาะของแต่ละคน รวมถึงศัพท์ภาษาอังกฤษ ซึ่งเราก็ต้องมีความพร้อมในการรับมือกับรูปแบบการตอบสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง และการแก้ไขสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดระหว่างการสัมภาษณ์อยู่ตลอดเวลา รวมถึงการปรับตัวกับในทุก ๆ การสัมภาษณ์พยายามให้รูปแบบการสนทนามีความยืดหยุ่นและปรับเข้ากับบุคลิกภาพของผู้ถูกสัมภาษณ์แต่ละคน เพื่อให้เราสามารถพูดคุยและเข้าใจภาษาเดียวกันกับผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ ซึ่งจะทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เชื่อถือและรับรู้ได้ว่าเรามีความพร้อมที่จะเปิดรับฟังความคิดเห็นของเขาเป็นอย่างดี เขาก็จะยิ่งอยากให้อีกข้อมูลในด้านต่าง ๆ แก่เรามากขึ้นด้วย

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ที่ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) ทั้งในส่วน of นักเขียนและนักอ่านนิยายออนไลน์ จำนวนทั้งหมด 30 คน ได้ให้ข้อมูลที่เป็นประเด็นสำคัญต่อการศึกษา ดังนี้

4.4.1 การโดนจำกัดกรอบในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า เมื่อการที่นักเขียนนิยายก้าวมา มีบทบาทบนโลกออนไลน์นั้นเป็นหนทางที่ดีต่อการเผยแพร่ผลงานและเป็นที่ยอมรับได้ง่ายขึ้นก็จริงแต่ความรวดเร็วของการกระจายข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์ก็อ่านส่งผลกระทบต่อในอีกมุม จากความคิดเห็นที่แตกต่างของคนที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์นั้นไม่สามารถจำกัดการแสดงความคิดเห็นของทุกคนได้ เมื่อมีบุคคลที่มีทัศนคติที่ต่างกัน ได้ใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ในการนำข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาหรือข้อความในนิยายมาโจมตีในเชิงลบหรือเปิดประเด็นให้เกิดกระแส ซึ่งอาจเกิดจากการผิดพลาดในการรับสารจากนักเขียนเอง ความอคติ ความเห็นส่วนตัวของผู้รับสาร หรือนักเขียนใช้สารหรือคำพูดในเรื่องที่ผิดเองก็ตาม แต่เมื่อมีเหตุการณ์บนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีนักเขียนคนหนึ่ง โดนดำเนินในเชิงลบและโดนสังคมที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์วิพากษ์วิจารณ์ตามมา ซึ่งก็มีบุคคลที่วิจารณ์ที่เป็นทั้งกลุ่มบุคคลที่อ่านนิยายแล้วเห็นด้วยกับความคิดของประเด็นเหล่านั้นหรือบางกลุ่มก็เป็นบุคคลที่ผ่านมาเห็นประเด็นและต้องการมีส่วนร่วมในประเด็นที่เป็นกระแสอยู่ในขณะนั้น โดยไม่ได้อ่านนิยายเรื่อง

นั้นเลยก็ตาม แน่แน่นอนว่าสิ่งเหล่านั้นที่ข่มส่งผลกระทบต่อตัวนักเขียนท่านอื่นและเพิ่มความกังวลต่อการเผยแพร่ผลงานของตนมากขึ้น จนกลายเป็นว่าความคิดเห็นต่าง ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นดาบสองคมของเหล่านักเขียนส่วนมาก เป็นเหมือนกรอบที่ครอบและจำกัดความคิด ความสร้างสรรค์ของนักเขียนนิยายออนไลน์ และนักเขียนเองก็ต้องมีการระมัดระวังในการใช้คำที่จะสื่อสารออกไปมากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งตรงนี้เองที่ทำให้ให้นักเขียนไม่สามารถเขียนพล็อต เล่าเรื่องให้มีแปลกใหม่หรือเสนอมุมมองที่แตกต่างที่ตนอยากจะนำเสนอออกไปให้นักอ่านได้รับรู้ได้มากเท่าที่ควรจะเป็น เพราะหากแต่ก่อนการตีพิมพ์เป็นรูปเล่มนั้นส่วนใหญ่ก็ไม่ได้มีการเผยแพร่บนออนไลน์ก่อน นักเขียนก็จะสามารถเขียนและเล่าเรื่องราวที่ตนอยากที่จะเล่าตีพิมพ์และเผยแพร่ ออกไปได้ทันที ทางนักอ่านแค่ซื้อเล่มไปอ่านก็จบ ไม่ได้มีการพูดถึงมากในสื่อสังคมออนไลน์มากนักหรือถึงเรื่องได้มีการเผยแพร่บนออนไลน์แล้วแต่กลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ก็ยังไม่ได้ใช้สื่อรุนแรงหรือมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันเยอะจนเป็นกระแสเท่าในปัจจุบัน สาเหตุนี้เองก็เป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่ทำให้พล็อตนิยายทั้งออนไลน์และแบบรูปเล่มเองก็ตามค่อนข้างที่จะมีพล็อตที่คล้ายคลึงกันซึ่งต่างจากพล็อตของต่างประเทศที่จะมีความหลากหลายมากกว่า ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ดังนี้

“รู้สึกว่าคุณตัวเองมาแต่งลงออนไลน์ เหมือนเราต้องมาสนใจมุมมองของสังคมมากขึ้น ทำให้ไม่กล้าที่จะผลิตพล็อตใหม่ ๆ อย่างนิยายของต่างประเทศออกมา เพราะโลกโซเชียลสมัยนี้เวลาโดนแคปออกมาจากนิยายแล้วเป็นประเด็นจะเป็นกระแสเร็วมาก ทำให้ต้องระวังการใช้คำหรือการวางแนวเรื่องในการเขียนมากขึ้น” (นักเขียนคนที่ 1, สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2564)

“เป็นคนที่ไม่ค่อยแต่งพล็อตที่แหวกแนวหรือผิดศีลธรรม อย่าง งานเขียนประเภท เปโดร หรืองานเขียนที่มีการใช้ความรุนแรง ซึ่งจริง ๆ เรามองว่าบางอย่างที่เราใส่เข้าไปเพื่อสะท้อนความจริงในสังคมที่มันมีอยู่จริง ๆ แต่ถ้าเรามีเหตุผลที่รองรับการกระทำของตัวละครที่เราสร้างขึ้นไม่มากพอว่าทำไมตัวละครตัวนี้ต้องมีพฤติกรรมแบบนี้ แน่แน่นอนว่าเราจะโดนสังคมตีกลับเราอย่างแน่นอน และคิดว่ามันมีกรณีที่นักอ่านแยกไม่ออกว่าเรื่องไหนจริงเรื่องไหนเรื่องแต่ง ถ้าลองอ่านเยอะจะรู้เลยนิยายไทยเลยมีพล็อตที่คล้าย ๆ กัน” (นักเขียนคนที่ 2, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2564)

“บรรทัดฐานในสังคมมันเหมือนเป็นกรอบที่จำกัดความคิดของเราไปเลย พอเราอยากแต่งแนวนี้ เราก็ต้องมาคิดก่อนว่าเราจะได้รับผลกระทบอะไรจากทางนักอ่านหรือไม่ บางทีโดนแคปออกมาคนที่ค่าเราก็ไม่ใช่ นักอ่านนะแต่มันเป็นกระแสกันไปแล้ว ซึ่งก็ค่อนข้างจำกัดความคิดและผลงานของเรา” (นักเขียนคนที่ 3, สัมภาษณ์, 30 พฤษภาคม 2564)

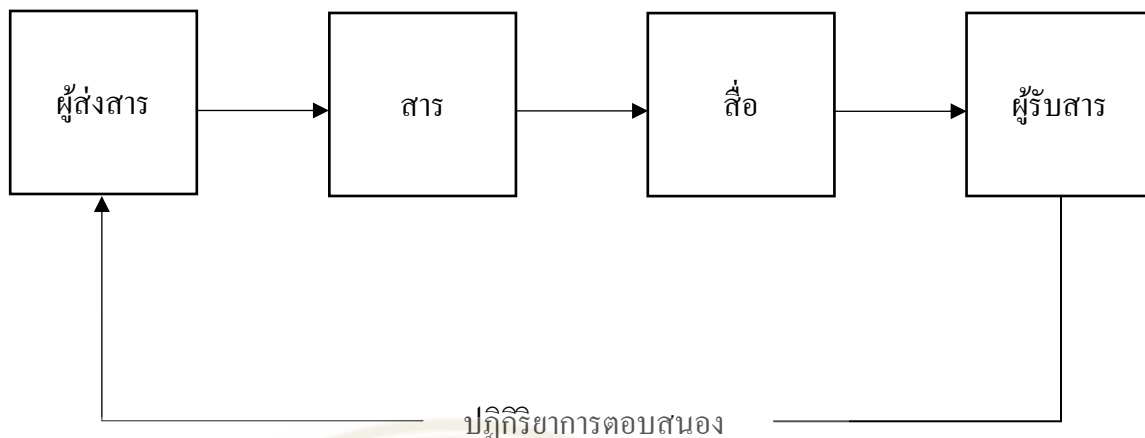
“เราเคยปิดเนื้อหาไปพักหนึ่งเพื่อทำการเขียนใหม่ เนื่องจากความคิดของเราที่เปลี่ยนไปจากเมื่อก่อน ยกตัวอย่างเช่นเรื่อง author มีเนื้อหาบางข้อความที่ตัวละครเอกมีการใช้

เนื้อหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างฝาแฝด twincest เราจึงทำการแก้ไขและให้ข้อมูลเกี่ยวกับความผิดของ incest หรือ twincest เนื่องจากความคิดตอนเราเริ่มเขียนยังไม่มีความตระหนักถึงเรื่องนี้” (นักเขียนคนที่ 7 ,สัมภาษณ์, 12 มิถุนายน 2564)

“การแสดงความคิดเห็นในที่สาธารณะเป็นดาบสองคม ถ้าพูดอะไรผิดไปก็จะโดนถอดได้ง่าย เลยเลือกที่จะหลีกเลี่ยง เดียวนี้แม้แต่คอมเมนต์ก็ไม่ได้อ่านแล้ว” (นักเขียนคนที่ 8 ,สัมภาษณ์, 12 มิถุนายน 2564)

“AO3 เป็นเว็บคอมมูนิตี้ที่ใหญ่มาก ซึ่งจะเน้นเป็นภาษาอังกฤษ แต่มีหลายภาษา จีนก็มี ไทยก็มีบ้าง ถ้าเราอยากเสพพล็อตแปลก ๆ คนส่วนมากก็จะแนะนำให้อ่านในเว็บไซต์นี้ เวลาฝรั่งแต่งมันก็จะคนละมุมกับคนไทยแต่ง ... และมีการติด trigger warning ทุกเรื่องนะ เราจะเข้าไปเจอกับอะไรในตอนนี่” (นักอ่านคนที่ 10 ,สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2564)

จากการศึกษาที่กล่าวมาข้างต้นมีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีสื่อสารทางสังคมออนไลน์ที่กล่าวถึงองค์ประกอบการสื่อสารว่ามี 1) ผู้รับสาร (Sander) ที่จัดว่าเป็นผู้ใช้งานที่เป็นได้ทั้งผู้ส่งสารหรือผู้รับสาร ซึ่งตัวผู้ส่งสารจะมีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่นำเสนอหรือไม่เป็นผู้เชี่ยวชาญก็ได้แต่มีความสามารถในการส่งสารไปยังผู้รับสารได้ 2) สาร (Message) เป็นเนื้อหาที่เกิดขึ้น ตามความสนใจของผู้ใช้งานโดยไม่จำกัดแหล่งข้อมูล โดยผู้ใช้งานเองสามารถเลือกเปิดหรือปิดรับเนื้อหาที่ต้องการได้ จะมีเนื้อหาช่องทางที่เน้นความสนใจเฉพาะกลุ่มที่สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ใช้งานได้ 3) ช่องทาง (Chanel) สื่อกลางที่ใช้ในการเผยแพร่สาร โดนไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาหรือสถานที่ และมีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา และ 4) ผู้รับสาร (Receiver) เป็นผู้ที่มีความสนใจเฉพาะที่มีการทำความรู้จักกันผ่านสื่อออนไลน์และแสวงหาสื่อตามความสนใจ ซึ่งเปรียบเสมือนนักเขียนคือผู้ส่งสารที่ต้องการจะส่งสารไปยังผู้รับสารหรือนักอ่าน และสารในที่นี้คือเนื้อหาของนิยายออนไลน์นั่นเอง โดยมีช่องทางแอปพลิเคชันและเว็บไซต์นิยายออนไลน์เป็นช่องทางในการเผยแพร่ และมีโอกาสสูงอย่างมากที่จะเกิดปฏิกิริยาตอบกลับจากผู้รับสารสู่ผู้ส่งสารในทางความรู้สึก ผ่านการแสดงความคิดเห็น พุดคุย หรือซักถามเพิ่มเติม



ภาพที่ 1.2 แบบจำลองการสื่อสารในลักษณะสองทาง (Two Way Communication)

ที่มา: วสิฐพัชร์ วาฤทธิ, ณัฐพงศ์ เข้มเจริญ, วโรชา สุทธิรักษ์ และพระเมธาวินิยรส. (2557). รายงานการวิจัยรูปแบบการสื่อสารด้านพุทธศาสนาสู่คนรุ่นใหม่ในประเทศไทยยุคปัจจุบัน. กรุงเทพฯ: สำนักเลขาธิการวุฒิสภา.

ถือเป็นการส่งและรับข้อมูลข่าวสารและมุ่งเน้นต่อการสื่อสารกับกลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อออนไลน์ อย่างชุมชนออนไลน์ที่มีคนจากหลายที่มารวมตัวกัน โดยนักเขียนมีบทบาทในส่วนของกลุ่มผู้สร้างสรรค์ที่มีการสร้างเนื้อหาและแบ่งปันให้กับผู้อื่นอย่างนักอ่าน โดยนักอ่านเองก็มีบทบาทเป็นกลุ่มวิพากษ์ที่สามารถวิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาที่นักสร้างสรรค์ได้เผยแพร่และส่วนร่วมในการแก้ไข ปรับปรุงหรือต่อ ยอดเพื่อพัฒนาเนื้อหาให้ดีขึ้นหรือเป็นไปตามที่ตนเองชอบหรือคาดหวังไว้ ซึ่งแนวคิดได้กล่าวถึงประโยชน์ว่าสำหรับประโยชน์ของ Social networks เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างหนึ่ง คือเป็นช่องทางสื่อในการนำเสนอผลงานของตนเอง เช่น งานเขียน รูปภาพ วิดีโอต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อื่นได้เข้ามารับชมและแสดงความคิดเห็นได้เร็วขึ้น แต่ความเป็นจริงในบางครั้งเนื้อหาที่หรือสารที่ผู้ส่งสารหรือนักเขียนที่ได้สื่อสารออกไปสู่ผู้บริโภคหรือนักอ่านนั้นไม่เป็นตามที่คาดหวังหรือมีจุดที่ขัดแย้งกับทัศนคติของนักอ่านหรือกลุ่มคนส่วนใหญ่บนสื่อสังคมออนไลน์ อาจจะส่งผลให้เกิดการวิพากษ์ในเชิงตำหนิจนถึงขั้นใช้ถ้อยคำที่รุนแรงอย่างที่ได้เห็นกับบทโลกโซเชียลในปัจจุบัน ที่เกิดผลกระทบต่อนักเขียนและสังคมในวงกว้างได้อย่างรวดเร็วในทางลบ แต่หากการสารนั้นส่งไปยังผู้บริโภคหรือนักอ่านได้อย่างถูกต้องและสร้างความพึงพอใจได้กระแสดการตอบรับในทางบวกก็มีมากเช่นกันที่ส่งผลทางบวกต่อจิตใจและเพิ่มแรงใจให้นักเขียน ดังนั้นผู้รับสารถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการกำหนดความสำเร็จหรือล้มเหลวของการส่งสาร ไปยังผู้รับสารเอง ถึงแม้ว่าบางเนื้อหา บางประเด็นผู้ส่งสารที่เปรียบในที่นี้ก็คือตัว

นักเขียน ได้มีการเตรียมข้อมูล และความละเอียดมาอย่างดีและมีความน่าเชื่อถือสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพก็ตามแต่ก็สิ่งเหล่านี้ก็ไม่ได้รับประกันว่าสื่อที่ส่งไปจะประสบความสำเร็จและผู้รับสารได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบ 100 เปอร์เซ็นต์ เพราะผู้รับสารเอง อย่างที่กล่าวไปข้างต้นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีคนจากหลายที่มารวมตัวกัน ดังนั้นประสบการณ์ ความเชื่อ ทักษะคติ ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกันก็ย่อมส่งผลให้ผู้รับสารนั้นมีการตีความหรือรับข้อมูลที่แตกต่างกันไป ดังนั้นนักเขียนจึงต้องมีการระมัดระวังต่อการคิดข้อความ เนื้อเรื่อง และการสื่อสารที่จะสื่อออกไปในแต่ละครั้งมากขึ้น เพราะเกรงจะเกิดผลกระทบที่ไม่คาดคิดบนโลกโซเชียล

มีผู้ให้ข้อมูลอีกจำนวนหนึ่งได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมถึงความกังวลของนักเขียนต่อบรรทัดฐานและวัฒนธรรมของสังคมในปัจจุบันที่ได้เกิดขึ้นภายใต้ความรวดเร็วของสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งปัจจุบันนี้โลกออนไลน์มีคอนเทนต์ต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมายมหาศาลที่ผู้รับสารหรือตัวนักอ่านสามารถเลือกที่จะเข้าถึงและชมคอนเทนต์นั้นได้ตามความต้องการของตนเองในขณะนั้น ตรงนี้เองก็เป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้ให้ข้อมูลหลายคนมองว่านักอ่านเองสามารถเลือกเนื้อหาและพล็อตที่ตนชอบและหลีกเลี่ยงเนื้อหาที่ตนเองอ่านแล้วเกิดความไม่สบายใจได้ด้วยตนเอง และนักเขียนก็ควรที่จะสามารถผลิตผลงานได้ตามใจนักเขียนเองเช่นกัน เพราะบุคคลแต่ละคนก็มีความชอบที่ไม่เหมือนกัน บางคนอาจชอบแนวนี้ แต่ในความคิดบางคนแนวนี้ก็อาจไม่เป็นที่ยอมรับสำหรับเขาก็ได้ ดังนั้นพวกเขาไม่ควรเอาความชอบเฉพาะตัวของพวกเขามาตัดสินและจะปิดกั้นสิ่งเหล่านี้มากเกินไป ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ดังนี้

“คนเขียนควรเขียนอะไรก็ได้ ไม่ควรมีรับผิดชอบสังคมอะไรขนาดนั้น เขาเป็นนักเขียนไม่ใช่สำนักขับเคลื่อนสังคม แต่ควรจำกัดการเข้าถึงหรือคำเตือนว่า ถ้าเข้ามาอ่านเรื่องนี้จะเจออะไรจะดีกว่า” (นักอ่านคนที่ 5 ,สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2564)

“นักเขียนบางคนเขาก็มีเขียนคำเตือนไว้ที่หน้าแรกของนิยาย ถ้ามันไม่ใช่แนวเราหรือไม่ชอบ เราก็รู้ได้เลยว่าจะไม่อ่านต่อ” (นักอ่านคนที่ 2 ,สัมภาษณ์, 2 มิถุนายน 2564)

“เราแค่อยากเอาประเด็นเหล่านี้มาเล่า อยากให้คนคิดในมุมมองว่าเรื่องนี้มันถูกมันผิดหรือเปล่าเราก็ได้ส่งไปในฟิคเราเลย มันอยู่ที่เราจะหยิบเรื่องพวกนี้มาเล่ายังไง ถ้าเราเขียนเอาสาระใจก็คิดว่าควรจะติด warning นิดนึงแต่ถ้าเราเล่าไปตามเนื้อเรื่องมีเหตุผลมาสนับสนุนการกระทำเราก็ไม่เป็นไรนะ แต่ก็แอบคิดว่าเราเขียนขึ้นมาผู้อ่านก็ต้องมีวุฒิภาวะเองด้วยเพราะเราไม่ใช่คุณครู ซึ่งบางเรื่องมันก็คือสิ่งที่เกิดขึ้นเองได้ในชีวิตจริง คนอ่านก็ต้องตกผลึกเองได้ งั้นนิยายหรือฟิคทุกเรื่องมันก็ต้องเป็นฟิคธรรมะไหมอะ” (นักเขียนคนที่ 3 ,สัมภาษณ์, 4 มิถุนายน 2564)

“อย่าเราอ่านนิยายออนไลน์ของต่างประเทศ เขาจะมี trigger warning เรื่องนี้อาจจะมีใครตาย มันเหมือนเป็นการแคร้คนอ่าน อีกอย่างนักเขียนก็ได้ตามที่อยากจะเขียน คนอ่านก็เลือกอ่านได้” (นักอ่านคนที่ 10 ,สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2564)

“นิยายที่เราแตงนั้นมีเนื้อหาเกี่ยวกับความรุนแรงค่อนข้างมาก เราจึงทำการติด trigger warning ไว้ในทุกตอนว่าในเนื้อหาตอนนี้มีทริกเกอร์เกี่ยวกับอะไรบ้าง เราจะทำการติดไว้ก่อนเริ่มเนื้อเรื่อง การติด trigger warning นั้นควรเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับบรรณนิยมนและความรุนแรงของเนื้อหา ไม่ติดพร่ำเพรื่อจนเกินไป จนเป็นการสปอยล์เนื้อเรื่อง” (นักเขียนคนที่ 7 ,สัมภาษณ์, 12 มิถุนายน 2564)

“จริง ๆ นักเขียนเขาควรเขียนเนื้อหาอะไรก็ได้ ขอแค่เขามีการติด trigger warning เตือนเรา ว่าถ้าอ่านตอนนี้จะเจอเนื้อหาเกี่ยวกับอะไรจะดีกว่า ถ้ายังไม่โอเคก็ไม่ต้องอ่าน มีการทักไปบอกนักเขียน” (นักอ่านคนที่ 12 ,สัมภาษณ์, 9 มิถุนายน 2564)

จากข้อมูลดังกล่าวที่ศึกษามาได้มีความสอดคล้องการทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and gratification approach) ที่ศึกษาการกระทำด้านการสื่อสารของมนุษย์เราว่ามีการติดต่อสื่อสารและใช้สื่อเพื่อเติมเต็มความต้องการและสิ่งที่มุ่งใจของตนเอง ผู้บริโภคก็มีการใช้สื่อเพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไปทำให้ถูกแบ่งความพึงพอใจจากการใช้สื่อได้เป็นสองประเภทคือ กระบวนการในการเข้าถึงสื่อและเนื้อหาหรือข้อความที่จะสื่อ โดยมุ่งที่ตัวผู้รับสารเป็นหลักต่อการที่เข้าถึงและเลือกรับสื่อใดสื่อหนึ่ง ซึ่งผู้รับสารมีบทบาททุกในการเข้าถึงสื่อและสาร โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะใช้อยู่เสมอ ว่าใช้เพื่อความบันเทิง เพื่อความรู้ หรืออื่น ๆ และตัวเขาเองก็จะเปิดรับสื่อที่พิจารณาไว้แล้วว่ามีความเหมาะสมและสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองในขณะนั้นได้ ไม่ใช่การชักจูงจากคนรอบข้างหรือผู้ส่งสารเพียงอย่างเดียว ซึ่งยิ่งสื่อสามารถตอบสนองเข้าได้ดีผู้รับสารก็จะยิ่งเกิดความพึงพอใจอย่างต่อเนื่อง รวมถึงแรงจูงใจอย่างอื่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการเกิดประโยชน์จากการใช้สื่อ อย่างการมีปฏิสัมพันธ์ เพื่อความตื่นเต้น เพื่อการแบ่งปันเพื่อความบันเทิง เป็นต้น อย่างแต่ละเรื่องเมื่อนักเขียนมีการติด trigger warning หรือแจ้งตั้งแต่ตอนต้นก่อนจะเข้าอ่านว่านิยายเรื่องนี้ ในตอนนี้ว่าหากนักอ่านเข้ามาอ่านอาจจะต้องเจอกับสถานการณ์ใด มีการรีวิว และการแสดงความเห็นของนักอ่านด้วยกันไว้ในแต่ละตอน เมื่อนักอ่านอยู่ในสถานะของผู้มีบทบาททุกในการรับสื่อ พวกเขาที่มีอำนาจในการตัดสินใจที่จะเลือกรื่องที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้ด้วยตนเอง และหลีกเลี่ยงเนื้อหาที่ส่งผลลบต่อความรู้สึกของตนเองได้เช่นกันว่าจะอ่านหรือไม่อ่านนิยายเรื่องนี้ต่อไปได้ เช่นนักอ่านบางทางจะมีการเลื่อนไปดูคอมเมนต์ของแต่ละเรื่องหรือแต่ละตอนก่อนอ่านว่าเนื้อเรื่องเป็นอย่างไร หาก ดังนั้นบุคคลอย่างนักอ่านก็มักจะแสวงหาสื่อและเนื้อหาอย่างเฉพาะเจาะจงเพื่อนำตัวเองไปสู่ความพึงพอใจเฉพาะของตนเอง โดยมีเนื้อเรื่องมากมายจากเหล่านักเขียนให้ได้เลือก แต่ทั้งนี้ก็ต้องขึ้นอยู่กับความ

เหมาะสมของเนื้อหาและวิจารณ์ของแต่ละบุคคลประกอบด้วยเช่นกัน ก็เหมือนการที่ผู้บริโภคมิ
 สิทธิที่จะเลือกสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความพึงพอใจของตนเองนั่นเอง เพราะบางคนอาจจะ
 ชอบมาก ๆ แต่กับบางคนกลับไม่สามารถตอบสนองความต้องการเข้าได้ก็อาจก่อให้เกิดความผิดหวัง
 ของผู้บริโภคที่คาดหวังไว้ได้ จากทฤษฎีนี้เองถึงแม้ว่าการที่นักอ่านมีบทบาทที่จะเลือกหรือเปิดรับ
 นิยายตามความพึงพอใจของตนเองก็จริง แต่ในอีกมุมเมื่อนักอ่านมีอิทธิพลเหนือผู้ส่งสารหรือ
 นักเขียนแล้วนั้น การที่จะเป็นเรื่องที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์ในเชิงต่าง ๆ นั้นแถบจะเลียงไม่ได้เลยบนโลก
 ออนไลน์ต่อให้นักเขียนจะมีการรัดกุมในการวางแผนสำหรับผลงานของตนเอง แต่แทบที่จะเป็นไปได้
 ได้ยากว่าทุกผลงานของนักเขียนจะสามารถทำให้นักอ่านรู้สึกพึงพอใจได้ทุกคน

4.4.2 ช่องทางการชักจูงนักอ่านสู่การสินค้าหรือของใช้ตามตัวละคร

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า การที่นักเขียนสามารถเขียนให้ตนชอบ
 สามารถอินไปกับตัวละครและเนื้อเรื่องได้ในระดับหนึ่ง เมื่อตนกำลังอ่านนิยายและพบว่าตัวละคร
 ในเรื่องกำลังพูดถึงสิ่งของหรือกำลังใช้ของบางอย่างในเรื่อง หรือกำลังพูดถึงอาหารอะไรก็ตามใน
 ตอนนั้น ๆ ซึ่งหากนักเขียนแต่งเป็นนิยายรูปแบบแซทก็จะมีการใส่รูปสินค้าลงไปในแซทได้ทันที
 เหมือนเพื่อนส่งรูปให้เพื่อนนั่นเอง แต่หากเป็นการบรรยายก็มีการที่ตัวละครพูดถึงสินค้าและคำ
 บรรยายที่ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของสินค้าประกอบในเนื้อเรื่อง จากตรงนี้เองมักจะทำให้นักเขียนเกิดความ
 คล้อยตามและมีอารมณ์ร่วมได้ง่ายมากขึ้น จนเกิดความสนใจสิ่งของหรือของกินที่ถูกพูดถึง จนถึง
 ขั้นที่ตนนั้นมีการค้นหาข้อมูลและชื่อของตามตัวละครในเรื่อง ถึงแม้ว่าของเหล่านั้นจะเป็นแค่
 องค์กรประกอบส่วนหนึ่งของฉากในนิยายในเรื่องดังกล่าวที่นักเขียนสอดแทรกเพื่อให้ฉากนั้นมีความ
 สมจริงเหมือนการใช้ชีวิตของคนเราทั่วไปมากขึ้นที่มีการกิน การซื้อ การใช้ของต่าง ๆ หรือบางเรื่อง
 ก็จะเป็นความตั้งใจของตัวแบรนด์สินค้าเองที่ให้นักเขียนได้แฝงการโฆษณาสินค้าของตนผ่านการ
 เล่าเรื่องในนิยาย ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ดังนี้

“มันมีจุดหนึ่งที่เรารอินกับตัวละครมากจนเราอยากที่จะรู้จักตัวละครนั้นมากขึ้น อย่างที่
 อ่านมันมีเรื่องหนึ่งที่ตัวเอกใช้น้ำหอมกลิ่นอะไรไม่รู้ แล้วนักเขียนเขาบรรยายกลิ่นน้ำหอมตัวนั้นได้
 ดีมากแล้วเราคิดว่ามันเหมาะกับบุคลิกตัวละครตัวนั้นด้วยจนเราถึงกับไปหาข้อมูลเพื่อจะชื้อน้ำหอม
 กลิ่นนั้นมาดม” (นักอ่านคนที่ 9 ,สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2564)

“เราเป็นคนชอบอ่านตอนกลางคืนซะใหม่ แล้วบางทีมันชอบมีตัวละครที่คุยกับเพื่อน
 ว่าอยากกินนู่นอยากกินนี่ อย่างตัวเอกเรื่องนี้ชอบกินเค้กมาก ๆ เขาก็จะชอบอ่อนคนอื่นในเรื่องให้
 ชื้อเค้กให้กินหรือพูดถึงเค้กบ่อย ๆ จริง ๆ โดยส่วนตัวเราไม่ค่อยชอบกินขนมหวานนะ แต่พอเราอ่าน

ไปเรื่อย ๆ มันเหมือนสะกดจิตเราให้เราซื้อเค้กมากินตาม” (นักอ่านคนที่ 10 ,สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2564)

“อ่านนิยายที่เป็นเรื่องที่แนวละครเรียนมหาลัยแล้วเขาจะมีไปเดินตลาดนัดหน้ามหาลัยอย่างเงี้ย แล้วมันจะบรรยายว่าเขาซื้ออะไรกินบ้าง ถ้าเขาซื้อหมูปิ้งกิน ตื่นเช้ามาคือเราต้องไปหากินตาม (หัวเราะ)” (นักอ่านคนที่ 5 ,สัมภาษณ์, 3 มิถุนายน 2564)

“ยิ่งถ้าอ่านบ่อย ๆ จะรู้เลยว่านักเขียนเขาโดนจ้างให้โฆษณาหรือรีวิวลินค้าให้อะแบบให้ตัวละครใช้สินค้าหรือกินของแบรนด์นี้ แต่เราอ่านไปก็ไม่ได้จับกับการแฝงโฆษณาเลยนะ บางทีเห็นก็เอออยากไปซื้อตาม” (นักอ่านคนที่ 9 ,สัมภาษณ์, 6 มิถุนายน 2564)

“เราอาจยังไม่เคยถึงขั้นซื้อของตามคะ แต่ว่าจะมีเวลานักเขียนเขาแชร์เพลงลง แบบเนื้อเรื่องมีการส่งเนื้อเพลงให้กัน เราก็จะไปตามฟังเพลงนั้นต่อ” (นักอ่านคนที่ 11 ,สัมภาษณ์, 9 มิถุนายน 2564)

“หนูเพิ่งกดตั้งเขลตี้ไปเลย คือตัวละครมันกินเขลตี้อะ หนูอยากรู้ว่ามันอร่อยขนาดนั้นเลยอ้อวะ มันถึงกินที่ห้าหกถุงเลย พอหนูอ่านจบก็กดหาซื้อในแอปฯ Shopee แต่มันแพงมากเลยอะ...แต่อร่อยจริง (ผู้สัมภาษณ์: แล้วเรารู้ได้ไงว่าเขาพูดถึงยี่ห้อไหน) คือในเรื่องเขาพูดถึงยี่ห้อเลยว่ายี่ห้อไหนนะ...แล้วก็มีช่วงอินเพลงหนูก็ไปฟังเพลงตามที่เขาเอามาลงในนิยาย แล้วมีเพื่อนหนูคนหนึ่งมันอ่านนิยายเรื่องหนึ่งแล้วมันทักมาในกลุ่มไลน์ว่าอยากได้กระเป๋าที่พระเอกใช้ซึ่งมันคือแบรนด์ BOTTEGA อะที่ มันก็ส่งรูปมาบ่นอยากได้ ๆ...ส่วนของกินหนูคิดว่าน่าจะหลายอย่าง ก๊วยเตี๋ยว หมูน้ำตก ซาฟิช บางทีไม่รู้จะกินไรก็กินตามในเรื่องเลย แล้วก็มีการลิปสติคก็ไปดูสีตามว่ามันเหมาะกับเราไหมเพราะมันเป็นของใช้ในชีวิตประจำวันด้วย พวกครีมก็มึนนะ แต่ถ้าแพงไปก็ไม่มีปัญญาซื้อ อย่างบางเรื่องใช้ LAMER อันนี้ก็กินไป (หัวเราะ)” (นักอ่านคนที่ 12 ,สัมภาษณ์, 9 มิถุนายน 2564)

จากการศึกษาที่กล่าวมาข้างต้นมีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีการเลียนแบบ (Imitation Theory) ที่กล่าวว่ามนุษย์เราสามารถเรียนรู้จากคนอื่นได้โดยผ่านกระบวนการเลียนแบบที่เกิดจากการมองเห็นหรือได้ยินเสียง จากข้อมูลดังกล่าวที่พูดถึงการที่นักอ่านนิยายออนไลน์ได้มีพฤติกรรมหลังจากการอ่านนิยาย อย่างการซื้อของใช้และของกินตาม หรือมีความต้องการที่จะอยากใช้ของตามตัวละครหรือนิยายที่ชอบหรือหลงใหล โดยทฤษฎีมีความคิดเกี่ยวกับ กระบวนการเรียนรู้ทั้งพฤติกรรม ทักษะคติ ความรู้สึกรู้สีกคิดจากกลุ่มบุคคลหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง และเกิดจากการเลียนแบบบุคคลตัวอย่างที่เป็นที่นิยมมาก ๆ ทั้งต้นแบบที่เป็นบุคคล หรือต้นแบบที่เป็นข้อมูลจากสื่อและเกิดการเลียนแบบให้เหมือนตัวแบบตามที่สังเกตเห็นและคิดว่าหากต้นแบบทำตามพฤติกรรมนั้นจะได้รับการเสริมแรงเช่นเดียวกับตัวแบบ ซึ่งหากเขาเกิดความพึงพอใจก็จะทำให้เกิดการเลียนแบบขึ้น

ซึ่งจากข้อมูลที่ทำการศึกษาเวลานั้นจะเห็นว่านักอ่านเกิดพฤติกรรมการเลียนแบบของบุคคลเกิดจากการเรียนรู้ของบุคคล 4 ขั้นตอน

1) เกิดกระบวนการให้ความสนใจ (attention process) ลักษณะของต้นแบบ อย่างตัวละครในนิยายออนไลน์เรื่องใดเรื่องหนึ่ง ที่นักอ่านมีความชอบต่อทัศนคติความสามารถของตัวละคร หรือการใช้ชีวิตของตัวละคร เป็นต้น แต่ตัวละครก็ต้องมีความเด่นชัด มีความดึงดูดสูง และไม่ซับซ้อน

2) เกิดกระบวนการจดจำ (retention) ที่นักอ่านสามารถจดจำรายละเอียดของพฤติกรรมตัวละครที่ได้อ่านก็จะเกิดการเลียนแบบได้ ซึ่งอาจจะเกิดจากประโยชน์สั้น ๆ ข้อความโดนใจ ๆ คำพูดที่ชี้แนะให้เกิดการระลึกถึงได้ช่วยกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบง่ายขึ้น

3) เกิดกระบวนการแสดงออก (motor reproduction process) ที่นักอ่านจะที่ยังมาจากความสนใจในตัวละครและการจดจำพฤติกรรมของตัวละครได้มาแปลงและถอดพฤติกรรมที่เหมาะสมนั้นเป็นของตนเอง

4) เกิดกระบวนการจูงใจ (motivation process) นักอ่านจะแสดงพฤติกรรมตามหรือไม่ ก็จะเกิดจากการเรียนว่าพฤติกรรมนั้นจะเกิดผลในทางบวกหรือทางลบ แต่หากเลียนแบบแล้วเกิดผลลบก็จะหลีกเลี่ยงพฤติกรรมนั้นทันที

ซึ่งในที่นี้นักอ่านที่มีความชอบและใช้เวลาอยู่กับตัวละครหรือนิยายในเรื่องนั้นเป็นในช่วงเวลาหนึ่งของชีวิตอาจจะต้องใช้เวลาอยู่กับตัวละครเป็นเวลาหลายเดือนทำให้เกิดความใกล้ชิดหรือใช้เวลากับบุคคลเหล่านั้นหรือตัวละครในเรื่องในระดับหนึ่งจะมีโอกาสเลียนแบบของพฤติกรรมนั้นได้เพราะตัวละครที่นักเขียนขึ้นก็เปรียบเหมือนบุคคลหนึ่งที่มีชีวิต มีความคิด มีพฤติกรรม และความรู้สึกเสมือนบุคคลจริง ๆ และหากมีความชำนาญในการถ่ายทอดรายละเอียดต่าง ๆ ของนักเขียนสามารถทำให้นักอ่านมีความเชื่อและหลงใหลในตัวละครนั้นมีชีวิตจริงได้ ก็ยังเป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการพฤติกรรม รวมถึงยิ่งช่องทางออนไลน์แล้วการเผยแพร่กระจายข้อมูลจะทำให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบผ่านสื่อได้มากขึ้นอีกด้วย และเกิดการเลียนแบบที่สอดคล้องกับการเลียนแบบชนิด Covert Modeling คือการที่ผู้บริโภคเลียนแบบพฤติกรรมที่เรากำหนดให้โดยไม่มี การแสดง พฤติกรรมจริง ไม่มีการแสดงผลของพฤติกรรม แต่จะใช้การแจ้งให้ผู้บริโภคถึงภาพ (Image) พฤติกรรมของต้นแบบในสถานการณ์ต่าง ๆ และการรับผลจากพฤติกรรมนั้น ๆ ซึ่งถือว่าเป็นเลียนแบบมีประโยชน์ทางการตลาดเกิดขึ้นในการสื่อสารและเชิญชวนให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมตามอันพึงประสงค์

ในมุมมองของด้านธุรกิจหรือแบรนด์ที่มีการจ้างนักเขียนเพื่อทำการโฆษณาสินค้านั้นมีการสอดคล้องเกี่ยวกับทฤษฎีการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) ที่เมื่อเทคโนโลยีมี

การพัฒนาสู่โลกดิจิทัล การตลาดก็ย่อมมีเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การตลาดของตน เพื่อดึงดูด และสร้าง การรับรู้ของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์รูปแบบต่าง ๆ กันมากขึ้นผ่านเครื่องมือทางการตลาด อย่างเว็บไซต์ที่ (Website) เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักเกี่ยวกับแบรนด์ และ เป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสาร การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) ก็เป็นส่วนประกอบ สำคัญของเครื่องมือการตลาดทุกชนิดเลยก็ว่าได้ ด้วยการทำเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวสินค้า หรือบริการของแบรนด์ได้อย่างแนบเนียน นอกจากนี้ก็มีในการทำลักษณะของ จดหมาย อีเล็กทรอนิกส์ (E-mail Marketing) การครองหน้าแรกของการค้นหา (Search Engine Optimization) หรือที่เรารู้จักในชื่อย่อ SEM และสื่อสังคม (Social Media Marketing) ที่แบรนด์จะสามารถเข้าไปทำ การตลาดเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่ช่วยตอบสนองกลุ่มเป้าหมายและถือเป็นเครื่องมือที่มี ประสิทธิภาพต่อผู้บริโภคอย่างมาก โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่ทุกคนส่วนมากใช้และแบรนด์ก็ได้เลือก เป็นช่องทางในการสื่อสารหลัก ๆ อาทิ เฟสบุ๊ก อินสตราแกรม ทวิตเตอร์ ซึ่งอาจจะใช้เป็นการ โฆษณาออร์จินัลจากแบรนด์เองหรือการใช้อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ไมโครอินฟลูเอนเซอร์ (Micro Influencer) โปสลงตามช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นการสื่อสารตรงสู่ผู้บริโภคที่มีความ สนใจในสินค้านั้น อีกทั้งยังมีข้อมูลของผู้บริโภคที่ถูกบันทึกไว้ในระบบฐานข้อมูลและเก็บ ฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อต่อยอดในการเจาะกลุ่มลูกค้าในอนาคตได้ เชื่อมต่อช่องทางการติดต่อสื่อสารทำ ให้สามารถสื่อสารเป็นไปได้อย่างตลอดเวลา ช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายและสามารถโต้ตอบกันได้ทันทีและยังส่งเสริมการสื่อสารทางการตลาดได้อย่างมี ประสิทธิภาพมากขึ้น

ซึ่งเว็บไซต์และแอปพลิเคชันนิยายออนไลน์นี้ จัดว่าสื่อสังคมออนไลน์ รูปแบบหนึ่งที่มีคนชื่นชอบในนิยายมาร่วมตัวกันถือเป็นช่องทางใหม่ช่องทางหนึ่งที่หลาย ๆ คน อาจจะไม่เคยนึกถึงพื้นที่สื่อตรงนี้เลย โดยตัวเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันนิยายออนไลน์เองก็จะมี ฐานข้อมูลของผู้บริโภคทำให้มีข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคของผู้ที่สนใจนิยายออนไลน์ที่ เพียงพอ ซึ่งจะสามารถต่อยอดการทำการตลาดอื่น ๆ ที่ต้องการจับกลุ่มผู้บริโภคที่มีพฤติกรรม เหมือนหรือคล้ายกันผู้บริโภครุ่นนี้ได้ ด้านธุรกิจที่ใช้ช่องนี้เองอาจได้มีการวิเคราะห์ถึงกลุ่มลูกค้า ของตนและเห็นว่ากลุ่มลูกค้ามีที่พฤติกรรมการเล่นแบบ ความสนใจ การซื้อของและการรับรู้ของ บุคคลหรือความชอบในสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของตนนั้นค่อนข้างตรงกับกลุ่มนักอ่านส่วนใหญ่ของ นิยายออนไลน์ ที่ส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงและเป็นกลุ่มวัย Gen Y, Gen X, และ Gen Z และได้หัน มาจับช่องทางนิยายออนไลน์ที่มีผู้บริโภครุ่นดังกล่าวด้วยการโฆษณาสินค้าผ่านช่องทางนิยาย ออนไลน์ แบบ Content Marketing ที่คอนเทนต์สำคัญคือ สาร (Message) ที่แบรนด์จะใช้บอกกับ ผู้คน ที่พยายามสอดแทรกอยู่ในเนื้อเรื่องต่าง ๆ ที่เป็นแซททีดี แบบที่มีภาพประกอบ หรือการ

บรรยายความรู้ต่อการใช้งาน เป็นต้น ซึ่งมันไม่ใช่เป็นแค่การพูดถึงสินค้าหรือการขายสินค้าแบบตรง ๆ ทั่วไป แต่กลายเป็นการขายสินค้าหรือโฆษณาสินค้าผ่านการเล่าเรื่องในแต่ละตอนของนักเขียนนิยายออนไลน์เองซึ่งกลับกลายเป็นคอนเทนต์ที่แปลกใหม่และไม่น่าเบื่อ และสามารถทำให้นักอ่านเกิดความสนใจในสินค้าจนถึงพฤติกรรมการซื้อสินค้าได้เลยทีเดียว แต่ก็อาจใช้ไม่ได้กับทุกสินค้าเสมอไปเพราะส่วนมากสินค้าที่สามารถทำให้นักอ่านมีความคล้อยตามได้ก็จะเป็นสินค้าที่สามารถใช้ได้ในชีวิตประจำวัน อย่างพวกของกิน ของใช้ และต้องมีราคาที่เหมาะสมเหตุผลหรือตัวบุคคลมีอำนาจในการซื้ออย่างน้อยแค่ไหน ทั้งนี้นอกจากขึ้นอยู่กับตัวสินค้าแล้ว ความสามารถในการเล่าเรื่องของนักเขียน ความมีชื่อเสียงของนิยาย รวมถึงบุคลิกของตัวละครในเรื่องก็ย่อมส่งผลต่อสินค้าและภาพลักษณ์ของแบรนด์เช่นเดียวกัน จึงเปรียบตัวละครในนิยายออนไลน์เหมือนไมโครอินฟลูเอนเซอร์ท่านหนึ่งเลยก็ว่าได้

4.5 ความเห็นขัดแย้งแนวคิด

4.5.1 การเขียนนิยายออนไลน์ยากกว่าการเขียนหนังสือจริงหรือ

หากกล่าวในเชิงของงานเขียนนิยาย นักเขียนกล่าวว่าไม่ได้มีความยากง่ายแตกต่างกันมากนักสำหรับพวกเขา เพียงแค่เป็นการย้ายรูปแบบการเผยแพร่ผลงานจากแบบรูปเล่มหนังสือเป็นบนแพลตฟอร์มออนไลน์ซึ่งอาจมีการปรับตัวจากบรรยายเป็นรูปแบบแชทเพิ่มเติมและการเพิ่มลูกเล่นต่าง ๆ เพิ่มเข้าไปในงานเท่านั้นก็ แต่ความยากของการเขียนนิยายในที่นี้คือการที่นิยายต้องเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ เพราะแต่เดิมกว่าที่นักเขียนจะสามารถทำให้นิยายของตนเป็นที่รู้จักก็ต่อเมื่อนักเขียนทำการยื่นต้นฉบับให้ตามสำนักพิมพ์พิจารณาเพื่อขอคำเนิการตีพิมพ์เพื่อเผยแพร่และจัดจำหน่าย กว่าจะเป็นนิยายจะเป็นที่รู้จักก็จะใช้เวลาที่ค่อนข้างนานและนักอ่านก็ไม่สามารถรับรู้เนื้อเรื่องข้างในทั้งหมดได้จนกว่าซื้อเล่มและอ่านจนจบเท่านั้น แต่เมื่อกลายเป็นนิยายออนไลน์ที่ต้องใช้ช่องทางแพลตฟอร์มและสื่อสังคมออนไลน์ในการเผยแพร่ผลงาน ความยากของนิยายออนไลน์ในปัจจุบันมันไม่ใช่เรื่องของการเขียนว่าจะต้องเขียนรูปแบบแบบไหนหรือบนแพลตฟอร์มใด แต่คือเรื่องของการที่เราไม่สามารถควบคุมเหตุการณ์หรือคาดเดาสิ่งที่จะเกิดได้หลังเผยแพร่นิยายออกไป นักอ่านคือผู้รับสารที่สามารถประเมินความพึงพอใจที่สื่อจะให้ ทั้งคาดหวังถึงสิ่งที่จะได้จากสื่อของบุคคล และเปิดรับสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตน จึงเป็นเรื่องที่ยากสำหรับนักเขียนนิยายออนไลน์ในส่วนกระบวนการวางแผนที่นักเขียนจะมีการรัดกุมอย่างมากในการวางพล็อตเรื่อง การเลือกใช้คำที่จะสื่อสารออกไปยังใงให้นักอ่านเข้าใจสามารถรับรู้ได้ถึงเจตนาที่แท้จริงของการถ่ายทอดเรื่องราวของนักเขียนได้ โดยไม่เกิดการวิพากวิจารณ์ไปในทาง

เสียหายหรือเป็นประเด็นที่พูดถึงบนโลกโซเชียลในทางลบ เพราะเมื่อนิยายได้ถูกเผยแพร่บนโลกออนไลน์แน่นอนว่าทุกคนสามารถเข้าถึงมันได้ นักอ่านแต่ละคนจะเลือกรับรู้และตีความข่าวสารที่ได้รับสอดคล้องตามกับประสบการณ์ ความเชื่อ ทักษะคิด ฯลฯ ของตนที่ไม่เหมือนกัน ก็ย่อมส่งผลให้ผู้รับสารนั้นมีการตีความหรือรับข้อมูลที่แตกต่างกันไป และนิยายออนไลน์เองจะอาศัยการเป็นที่รู้จักเรื่อย ๆ จากการที่นักเขียนการอัปเดตอยู่เสมอเป็นตอน ๆ จนกว่าจะจบเรื่อง ๆ ซึ่งก็จะให้ตลอดระยะเวลาเขียนมีการรับคอมเมนต์หรือคำติชมจากนักอ่านอยู่ตลอดที่อาจจะส่งผลต่อการเขียนงานและความรู้สึกของนักเขียนได้ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถที่จะควบคุมได้บนโลกออนไลน์นั่นเอง

4.5.2 ตัวละครในนิยายออนไลน์สามารถเป็น Influencer ได้จริงหรือไม่

ประเด็นที่ตัวละครกลายเป็น Influencer หลายคนอาจจะสงสัยว่าแค่ตัวละครจะสามารถสร้างความน่าสนใจได้ถึงทำให้กลุ่มนักอ่านเกิดพฤติกรรมการใช้ของตามได้ขนาดนั้นเลยหรือ หากพูดถึงการที่นักอ่านมีการเลียนแบบตัวละครในนิยายออนไลน์ก็มีพฤติกรรมที่คล้ายกับการที่คนเรามีพฤติกรรมเลียนแบบ การใช้ของ การแต่งตัวหรือชื่อของตาม ดารา นักร้อง หรืออินฟลูเอนเซอร์ที่เป็นตัวบุคคลเช่นเดียวกัน ซึ่งปกติจะติดตามผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียหรือภาพยนตร์ โทรทัศน์ เพราะหากศึกษาจากพฤติกรรมเลียนแบบของมนุษย์เรานั้น สามารถเรียนรู้จากคนอื่นได้โดยผ่านกระบวนการเลียนแบบ ทั้งพฤติกรรม ทักษะคิด ความรู้สึกนึกคิดจากกลุ่มบุคคลหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง ที่ทำให้เลียนแบบพฤติกรรมตัวอย่างที่เป็นที่นิยมมาก ๆ อย่างกลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียง ดารา นักร้อง ที่เราชื่นชอบและติดตามเขา ซึ่งส่วนมากการที่เราติดตามคนที่เราชื่นชอบเราก็จะใช้เวลาอยู่กับบุคคลเหล่านั้นในช่วงขณะหนึ่ง หรือเรียกว่ากระบวนการเอาใจใส่กับสิ่งนั้น ๆ และจะทำให้เกิดการจดจำจากการสังเกตและเลียนแบบถึงแม้เวลาจะผ่านไปแล้วก็ตาม แต่เราเปลี่ยนจากผ่านโซเชียลมีเดีย หรือภาพยนตร์โทรทัศน์ มาเป็นรูปแบบของนิยายออนไลน์ ซึ่งนักเขียนได้มีความสามารถในการสร้างตัวละครให้มีชีวิตอยู่บนโลกโซเชียลผ่านตัวอักษร ทั้งการถ่ายทอดบุคลิก ความรู้สึก ของตัวละคร ให้นักอ่านได้ติดตามและเข้าถึงเนื้อเรื่องและตัวละครแต่ละตัวในตรงจุดนี้เองการที่นักอ่านเกิดความชอบในเนื้อเรื่องและได้ใช้เวลาอยู่กับนิยายเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นเวลาพอสมควรย่อมส่งผลทำให้เขาสามารถเลือกตัวละครที่เขาชอบและมีการจดจำพฤติกรรมของตัวละครจนเกิดการอยากที่จะลองและแบบพฤติกรรมเหล่านั้น แต่ทั้งนี้การเกิดพฤติกรรมเลียนแบบก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยอย่างอื่นของผู้เลียนแบบด้วย อย่างสภาพแวดล้อม สถานะภาพครอบครัว เป็นต้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องนิยายออนไลน์ ช่องทางเลือกของนักอ่าน หรือช่องทางรอดของนักเขียน ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการเขียนนิยายของนักเขียนนิยายออนไลน์ในอดีตกับปัจจุบัน 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการอ่านนิยายออนไลน์ของนักอ่านนิยายในอดีตกับปัจจุบัน 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเขียนนิยายออนไลน์ของนักเขียนนิยายในปัจจุบัน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งประกอบด้วยการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเอกสาร (documentary research) และกระบวนการการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มาใช้ในการดำเนินวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลเจาะลึกในด้านของพฤติกรรมและทัศนคติ โดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักเขียนนิยายออนไลน์ มีประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า 2 ปี จำนวน 12 คน และกลุ่มนักอ่านนิยายออนไลน์ จำนวน 18 คน ด้วยข้อคำถามแบบกึ่ง โครงสร้าง (semi-structured Interview) แบบปลายเปิด ผ่านช่องทาง Video Call ในช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2564 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2564 ซึ่งใช้เวลาในการสัมภาษณ์เป็นเวลาประมาณ 45-60 นาทีต่อคน

5.1 สรุปผลการวิจัย

สรุปข้อมูลการสัมภาษณ์กลุ่มนักเขียนนิยายออนไลน์ มีประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า 2 ปี จำนวน 12 คน และ กลุ่มนักอ่านนิยายออนไลน์ จำนวน 18 คน เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเขียนนิยายออนไลน์ในปัจจุบันที่มีสื่อกลางอย่างสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันเป็นสิ่งที่เชื่อมนักเขียนนิยายกับนักอ่านนิยายออนไลน์เข้าถึงกันและมีปฏิสัมพันธ์ได้ง่ายมากขึ้น โดยได้ข้อมูลที่เป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) การโดนจำกัดกรอบในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการสัมภาษณ์นักเขียนนิยายออนไลน์มีความเห็นว่า ความรวดเร็วของการกระจายข้อมูลบนสื่อสังคมออนไลน์กลับเป็นเมื่อดาบสองคมที่สะท้อนและส่งผลต่อตัวนักเขียนอย่างไม่ทัน

ตั้งตัวจากความคิดเห็นที่ไม่ตรงกันกับทัศนคติหรือมุมมองของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในบางประเด็น เพราะสื่อสังคมออนไลน์ไม่สามารถการปิดกั้นในการแสดงความคิดเห็นหรือสั่งให้ใครหยุดที่จะแสดงความคิดเห็นได้ ทำให้เป็นช่องทางที่ทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นกันได้อย่างอิสระตามความคิดของตน จากการไม่พอใจโดยส่วนตัวและนำเนื้อหาหรือข้อความในเรื่องมาโพสต์และเกิดประเด็นต่าง ๆ เป็นต้น ถ้าหากประเด็นนั้นเป็นกระแสในทางลบจะทำให้เกิดส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของนิยายและนักเขียน ที่เป็นสาเหตุให้นักเขียนเกิดความกังวลต่อการเผยแพร่ผลงานของวงการมาก ประเด็นนี้เองทำให้นักเขียนเห็นว่าผลกระทบบนสื่อสังคมออนไลน์เป็นสิ่งที่เหมือนกรอบและจำกัดความคิด ความสร้างสรรค์ผลงานของพวกเขา ที่ทำให้ตระหนักและระมัดระวังในการใช้คำที่จะสื่อสารออกไปมากขึ้นกว่าเดิม ทำให้พวกเขาไม่สามารถเขียนพล็อต สร้างเนื้อเรื่องหรือเสนอมุมมองที่แตกต่างและให้มีแปลกใหม่ตามที่ตนตั้งใจอยากจะทำเสนออย่างแท้จริงได้เท่าที่ควร แม้ว่าหลายคนที่ไม่ใช่นักเขียนอาจจะเห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social networks เป็นช่องทางที่ดีที่จะทำให้ผลงานของนักเขียนเป็นที่รู้จักได้ง่ายขึ้น ช่วยให้สามารถกระจายข่าวสารต่าง ๆ ติดตามผลงานนักเขียนได้ พุคคุยกับนักเขียนได้อย่างอิสระตามที่ต้องการ และมองถึงประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ต่อตนเองที่มีบทบาทเป็นกลุ่มวิพากษ์ที่สามารถวิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาที่นักสร้างสรรค์ได้เผยแพร่มากกว่าการมองถึงจุดที่เป็นข้อเสียนักเขียนเจอในมุมมองของผู้สร้างสรรค์บนสื่อสังคมออนไลน์ แต่ในทุกวันนี้คอนเทนต์บนสื่อสังคมออนไลน์มีการถูกสร้างขึ้นใหม่เป็นจำนวนมากและอยู่ตลอดเวลา ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสารแต่ละบุคคลและผู้รับสารเองสามารถเลือกเข้าถึง เข้าชมคอนเทนต์หรือเปิดรับสารนั้นได้ตามความต้องการของตนเองในขณะนั้น เพราะแต่ละบุคคลก็มีความชอบที่ต่างกัน นักเขียนเองก็ไม่สามารถที่จะเขียนนิยายตอบสนองความพึงพอใจของนักอ่านทุกคนได้ทั้งหมด ตรงนี้เองก็เป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้ให้ข้อมูลหลายคนมองว่านักอ่านเองมีอำนาจในการเลือกเนื้อหาและพล็อตที่ตนชอบได้ และหลีกเลี่ยงเนื้อหาที่ตนเองไม่ชอบหรือจะทำให้เกิดความไม่สบายใจได้ด้วยตนเองทันที

ประเด็นนี้จึงทำให้มองเห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารและเผยแพร่ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันที่ผู้รับสารมีอำนาจมากขึ้นในสังคมออนไลน์ หลาย ๆ คนคงมองเห็นข้อดีของการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์หรือ Social media ที่มีมากมายจนมองข้ามข้อเสียในหลายประเด็น โดยเฉพาะในเรื่องการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในปัจจุบันที่มีความรุนแรงมากขึ้น ที่อาจเกิดจากการผิดพลาดในการรับสารจากนักเขียนเอง ความอคติของผู้รับสาร ความเห็นส่วนตัวของผู้รับสาร หรือนักเขียนใช้สารหรือคำพูดในเนื้อเรื่องผิดเองก็ตาม ที่ผู้รับสารเองก็มีปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการตีความสารนั้น อย่างประสบการณ์ ความเชื่อ ทัศนคติ ฯลฯ ที่ทำให้ผู้รับสารนั้นมีการตีความหรือรับข้อมูลที่แตกต่างกันไป และส่งผลต่อการแสดงออกทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ ต่อการวิพากวิจารณ์

กันตั้งแต่ระดับที่มีความสมเหตุสมผลจนถึงระดับที่รุนแรงหรือเกินขอบเขตและส่งผลกระทบต่อบุคคลที่ถูกพาดพิงทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งผู้รับสารถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการกำหนดความสำเร็จหรือล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสารเอง ถึงแม้ว่าเนื้อหาในประเด็นผู้ส่งสารจะได้มีการเตรียมข้อมูลมาอย่างดีและสามารถใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมาก็ตามแต่ก็สิ่งเหล่านี้ก็ไม่ได้รับประกันว่าสิ่งที่ต้องการสื่อและส่งไปจะประสบความสำเร็จและผู้รับสารได้ข้อมูลที่ต้องการครบ 100 เปอร์เซ็นต์ จากการที่ในปัจจุบันผู้รับสารมีอำนาจในการเลือกรับสารเป็นอย่างมาก ตัวผู้รับสารเองสามารถเลือกที่จะเปิดรับสารที่ตนพึงพอใจได้เองและเลี่ยงที่จะเลือกรับสารที่ตนไม่ชอบได้เช่นกัน รวมถึงการแสดงความคิดเห็นและความรู้สึกเมื่อเจอสิ่งที่สร้างความพึงพอใจหรือไม่สร้างความพึงพอใจให้กับคนได้ แต่อย่างไรก็ตามหากการแสดงความคิดเห็นนั้นเป็นไปในเชิงลบและเกินขอบเขตเกินไปก็จะเป็นผลเสียของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เช่นกัน ดังนั้นผู้รับสารควรใช้สถานะการที่ตนเป็นผู้รู้ต่อสื่อและมีอำนาจในการเลือกรับสื่อ นั้นใช้เพื่อให้ออกมาความต้องการของตน ไม่ควรจำกัดความชอบเฉพาะตัวมาตัดสินและจะปิดกั้นสื่ออื่น ๆ หรือคอนเทนต์ที่ถูกสร้างขึ้นมาให้มีความหลากหลายมากจนเกินไป เพื่อให้ผู้ส่งสารหรือนักเขียนได้รับโอกาสในการสร้างสรรค์ผลงานอย่างเต็มที่ พัฒนาฝีมืองานเขียน และสามารถผลิตผลงานได้ตามความต้องการนักเขียนเองเช่นกัน แต่ทั้งนี้ก็ต้องขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของเนื้อหาและวิจารณญาณของแต่ละบุคคลประกอบด้วย

2) ช่องทางการชักจูงนักอ่านสู่การสินค้าหรือของใช้ตามตัวละคร

จากการสัมภาษณ์นักอ่านนิยายออนไลน์กล่าวถึงพฤติกรรมของตนในการอ่านนิยายของตนว่าเมื่อตนมีความหลงใหลไปกับตัวละครและเนื้อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เวลาที่ตัวละครในเรื่องกำลังพูดถึงสิ่งของใดบ่อย ๆ หรือตัวละครกำลังใช้ของบางอย่างอยู่ เช่น ลิปสติก กระเป๋า หรือมีการพูดถึงอาหารอะไรก็ตามในตอนนั้น ๆ มันทำให้ผู้อ่านเกิดความคล้อยตามและความสนใจในสิ่งที่ถูกพูดถึง มีการค้นหาข้อมูลของสิ่งนั้นจนถึงขั้นซื้อสิ่งของเหล่านั้นมาลองกินและลองใช้ตามในชีวิตจริงของพวกเขา ซึ่งส่วนใหญ่ลักษณะการแต่งของนักเขียนจะมีเป็นรูปแบบนิยายแซทที่จะมีการใส่รูปภาพและพูดถึงตัวสิ่งของนั้น และอีกรูปแบบคือการบรรยายก็จะมีมีการที่ตัวละครพูดถึงสินค้าที่ใช้และคำบรรยายที่ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของสินค้าประกอบในเนื้อเรื่องเพื่อให้นักอ่านได้จินตนาการตาม ซึ่งมีบางส่วนที่นักเขียนเขียนขึ้นเพื่อเป็นแค่องค์ประกอบส่วนหนึ่งสอดแทรกเพื่อให้จากนั้นมีความสมจริงเหมือนการใช้ชีวิตของคนเราทั่วไป แต่ก็มีส่วนที่เขียนจากความตั้งใจของธุรกิจหรือแบรนด์สินค้าเองที่ได้ว่าจ้างนักเขียนผ่านตัวแทนของแอฟฟลิเคชั่นหรือเว็บไซต์ในการทำโฆษณาสินค้าของตนถ่ายทอดผ่านการใช้ชีวิตของตัวละครในนิยาย

ความสำคัญของแนวคิดนี้จึงทำให้มองเห็นถึงการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัล ใน ส่วนของธุรกิจหรือแบรนด์ที่มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ เพื่อดึงดูดและสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคผ่าน ช่องทางออนไลน์ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย โดยนำประโยชน์จากฐานข้อมูลลูกค้าของเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันนิยายออนไลน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการทำการตลาด ซึ่งนิยายออนไลน์ กลายเป็นช่องทางใหม่ช่องทางหนึ่งที่หลาย ๆ คนอาจจะไม่เคยนึกถึงเลยก็ได้ ถือเป็นช่องทาง ออนไลน์รูปแบบหนึ่งเช่นกันที่มีข้อมูลของผู้บริโภคที่ถูกบันทึกไว้ในระบบฐานข้อมูลและเก็บ ฐานข้อมูลลูกค้าของกลุ่มนิยายออนไลน์ที่สามารถนำต่อยอดในการเจาะกลุ่มลูกค้าของแบรนด์ใน อนาคตได้ แล้วยังเป็นการขายสินค้าหรือโฆษณาสินค้าผ่านการเล่าเรื่องแต่ละตอนผ่านนิยาย ออนไลน์ที่ทำให้คอนเทนต์มีความแปลกใหม่และไม่น่าเบื่อ โดยใช้ Content Marketing หรือการ ทำการตลาดเชิงเนื้อหาในรูปแบบเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือบริการของแบรนด์อย่าง แนบเนียน ที่สื่อสารกับผู้บริโภคและผลักดันให้ตัวละครกลายเป็นอินฟลูเอนเซอร์ที่สามารถสร้าง ความน่าเชื่อถือและโน้มน้าวจนทำให้นักอ่านเกิดความสนใจในสินค้าจนถึงพฤติกรรมกรซื้อสินค้า ได้ แต่การที่จะทำให้อกลยุทธ์สำเร็จไปได้ก็ต้องอาศัยความสามารถในการถ่ายทอดรายละเอียดต่าง ๆ ของนักเขียนสามารถทำให้นักอ่านมีความเชื่อและหลงใหลในตัวละครนั้นมีชีวิตจริงได้ และชี้ให้นักอ่านเกิดพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงของบุคคลเกิดจากการเรียนรู้ของบุคคล 4 ขั้นตอน 1) เกิด กระบวนการให้ความสนใจ (attention process) 2) เกิดกระบวนการจดจำ (retention) 3) เกิด กระบวนการแสดงออก (motor reproduction process) 4) เกิดกระบวนการจูงใจ (motivation process) ทั้งนี้ และหากทำให้นักอ่านเห็นผลของการกระทำของตัวละครก็จะยิ่งทำให้กระตุ้นพฤติกรรมได้ ง่ายขึ้น ที่สำคัญนักอ่านส่วนใหญ่มักใช้เวลากับตัวละครหรือนิยายในเรื่องนั้นเป็นเวลายาวนาน เพราะบางเรื่องอาจมีความยาวถึงปียังทำให้เกิดความใกล้ชิดหรือใช้เวลากับตัวละครในเรื่องในระดับ หนึ่งจะมีโอกาสเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนั้นได้เพราะตัวละครที่นักเขียนขึ้นก็เปรียบเหมือนบุคคล หนึ่งที่มีชีวิต มีความคิด มีพฤติกรรม และความรู้สึกเหมือนบุคคลจริง ๆ ก็ยังเป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้น ให้เกิดการพฤติกรรม ซึ่งถือว่าเป็นเลียนแบบมีประโยชน์ทางการตลาดเกิดขึ้นในการสื่อสารและเชิญ ชวนให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมตาม แต่ทั้งนี้ก็จะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่นที่ส่งผลพฤติกรรม อย่าง ปัจจัยส่วนบุคคล ราคาสินค้า และความเหมาะสมบุคลิกของตัวละครกับตัวสินค้าหรือแบรนด์ที่ จะช่วยถ่ายทอดภาพลักษณ์ออกมาได้อย่างเต็มที่ ซึ่งการใช้กลยุทธ์นี้ของแบรนด์ยังถือเป็นการเพิ่ม ช่องทางรายได้ทั้งต่อตัวนักเขียนเองที่จะได้รับค่าตอบแทนในการโฆษณาสินค้าผ่านนิยายของตนเอง ด้านเจ้าของแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์เองก็สามารถใช้ข้อมูลและกลุ่มลูกค้าที่ตนมีในมือเพิ่มรายได้ ของธุรกิจกับทางแบรนด์สินค้าต่าง ๆ ได้เช่นกัน

5.2 ข้อจำกัดทางการวิจัย

1) การได้มาของกลุ่มตัวอย่างไม่เป็นไปตามแบบแผนที่วางไว้ ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีการแบ่งกลุ่มค่อนข้างมีความละเอียดตามรูปแบบของนิยายในปัจจุบัน ที่ได้แบ่งออกตามประเภทกรรมที่ของนักเขียนและนักอ่านเกี่ยวกับนิยายในรูปแบบบรรยายและรูปแบบแซทเทอออก จากกัน แต่ความเป็นจริงแล้ว จากการหากรุ่นตัวอย่างและการพูดคุย ทั้งนักเขียนและนักอ่านทุกคนล้วนมีเคยผ่านและมีประสบการณ์กับทั้งสองรูปแบบ ซึ่งไม่มีคนใดคนหนึ่งที่จะเขียนหรืออ่านแค่รูปแบบใดรูปแบบหนึ่งเท่านั้น

2) เนื่องด้วยผลกระทบของสถานการณ์โควิด 19 และเวลาที่จำกัดทำให้ในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างจำเป็นต้องใช้การติดต่อผ่านคนรู้จักและช่องทาง Social media อย่าง Twitter เป็นหลัก ทำให้การได้มาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ผู้หญิงทั้งหมด 29 คน และ ผู้ชาย 1 คน อาจทำให้เป็นจุดอ่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีความกระจายตัวมากพอ ซึ่งหากผู้วิจัยได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ชายในอัตราส่วนที่มากขึ้น อาจจะได้ข้อมูลในการสนับสนุนจากฝั่งผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มผู้ชาย ซึ่งอาจจะมีปัจจัยในเรื่องของพฤติกรรม ความชอบ และทัศนคติ มาเปรียบเทียบกับข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงว่ามีความแตกต่างหรือไม่แตกต่างเพิ่มเติม

5.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษารุ่นนี้

จากการศึกษารุ่นนี้ ผู้วิจัยได้รับประโยชน์เป็นอย่างยิ่งจากการที่ได้ทำค้นคว้าข้อมูลเพื่อรวบรวมเอกสารและจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องการนิยายออนไลน์

- ประโยชน์จากศึกษาและค้นคว้าข้อมูล

เริ่มจากการฝึกคิดและเข้าใจถึงกระบวนการในการทำงานแต่ละขั้นตอน ตั้งแต่การคิดหัวข้อที่เป็นเรื่องใหม่ ๆ ในปัจจุบันที่เราต้องกล้าที่จะเดินออกจาก Comfort zone ของเรา การทบทวนทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ที่ให้เราได้ศึกษาทฤษฎีใหม่ ๆ นอกเหนือที่เคยเรียนและทบทวนทฤษฎีที่เคยเรียนมาแต่อาจจะลืมหรือไม่ได้ศึกษาละเอียดให้ลึกซึ้งและเข้าใจมากขึ้น และนำกลับช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษารุ่นนี้ การได้ลองลงมือค้นคว้าที่จะเข้าถึงแหล่งข้อมูลงานวิจัยต่าง ๆ จากการค้นหาในห้องสมุด บนเว็บไซต์ หรือ Key word ต่าง ๆ ในการช่วยหาทฤษฎีทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้เพิ่มทักษะการเขียนและการใช้ภาษาให้ดีขึ้น การอ่านสรุปจับใจความเนื้อหาที่มีความยาวให้มีความกระชับและเข้าใจ รวมถึงการได้ฝึกทักษะภาษาต่างประเทศจากการอ่านและแปล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้เรียนรู้หลักการเขียนอ้างอิงและบรรณานุกรมที่เป็นทางการระดับสากลอย่างถูกต้อง

- ประโยชน์จากการสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 30 คน ตั้งแต่การได้ฝึกสร้างบรรยากาศให้มีความผ่อนคลายระหว่างการสนทนากับบุคคลที่เราเคยคุยกันเป็นครั้งแรกได้เป็นอย่างดี ที่สามารถช่วยให้เราได้พัฒนาวิธีการสัมภาษณ์อย่างแท้จริง ทั้งการตั้งคำถามก่อนสัมภาษณ์ การเตรียมความพร้อมก่อนสัมภาษณ์ จนไปถึงระหว่างการสัมภาษณ์ที่เราต้องใส่ใจปัญหาเฉพาะหน้าอยู่เสมอ ๆ ต่อความแตกต่างและวิธีการสื่อสารกับคนแต่ละบุคลิกได้มากขึ้นว่าเราควรจะไปปรับวิธีการถามหรือพูดคุยกับเขาอย่างไรได้ ที่สำคัญที่ให้เรา รู้จักเลือกใช้คำพูดและปรับการสื่อสารของตัวเองให้พุดรู้เรื่องและไม่วกไปวนมา รวมถึงระหว่างการสัมภาษณ์เราได้รับความรู้ต่าง ๆ จากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่อกันระหว่างเราที่เป็นผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ ทั้งในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนิยายออนไลน์ การเขียน เทคนิค วิธีคิดการเล่าเรื่องต่าง ๆ ช่องทางการเข้าถึงนิยายออนไลน์ ที่เราไม่เคยทราบมาก่อนหรือบ้างเรื่องเราไม่ได้ไปอยู่ในจุดนั้น และมุมมองใหม่ ๆ ของแต่ละคนที่มีประสบการณ์ที่ต่างต่างกัน มาจากอาชีพที่ต่างต่างกันที่เขาตั้งใจถ่ายทอดผ่านคำตอบให้เรา

นอกจากประโยชน์ที่กล่าวมาข้างต้นแล้วยังมีผลต่อการพัฒนาศักยภาพตนเองในเรื่องของความรับผิดชอบต่อน้ำที่และการจัดตารางเวลา ลำดับความสำคัญของงาน ได้ดียิ่งขึ้น การปรับกระบวนการคิดให้เป็นระบบลำดับขั้นจากการวางแผนงานต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาและการคิดข้อคำถามในการสัมภาษณ์ รวมถึงการกล้าเผชิญหน้ากับสิ่งใหม่ ๆ ความกล้าในการที่จะลงมือทำอย่างการเข้าไปขอความร่วมมือกับกลุ่มตัวอย่างที่เราไม่สามารถคาดเดาได้ว่าเขาจะเป็นใคร กล้าที่จะแก้ปัญหาและสามารถจัดการปัญหาที่ไม่คาดคิดได้ด้วยตนเอง และทำให้เรามีความมั่นใจมากขึ้นว่าเราก็สามารถทำสิ่งนี้ได้สำเร็จ

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

จากการศึกษาค้างนี้หากผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในส่วนของบริษัทหรือแบรนด์ที่มีการใช้ช่องทางนิยายออนไลน์โฆษณาสินค้ามาให้ข้อมูลเพิ่มเติม อาจทำให้ได้มุมมองที่พวกเขาเองเห็นความสำคัญต่อช่องทางนิยายออนไลน์อย่างแท้จริง ที่อาจเป็นในแง่ของปัจจัยในการเลือกนิยายหรือบุคลิกของตัวละครในนิยายกับตัวสินค้าเป็นต้น และข้อมูลของฝั่งผู้ผลิตแอปพลิเคชันและเว็บไซต์เพิ่มเติมในส่วนของการเป็นตัวกลางในการติดต่อประสานงานการจ้างงานโฆษณาระหว่างตัวแบรนด์กับนักเขียนบนแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ของเขาในส่วนของการเลือก

จ้างงานนักเขียน ขอบเขตและข้อจำกัดในการสร้างคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มนิยายออนไลน์และ
รายได้ในการทำโฆษณาผ่านช่องทางนี้ เป็นต้น หากได้มีข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นอาจช่วยทำให้
การศึกษาครั้งนี้มีข้อมูลที่มาสนับสนุนแนวคิดสำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา
ครั้งนี้ได้นำเชื่อถือและสมบูรณ์มากขึ้น



บรรณานุกรม

- กรีนเลนท์. (2562). นวนิยายคืออะไร? ความหมายและลักษณะ. สืบค้นวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.greelane.com/th/มนุษยศาสตร์/วรรณกรรม/what-is-a-novel-4685632>
- โกรธบี. (2558). สรุปทุกอย่างของContentMarketingที่คุณต้องอ่านมันคืออะไร ทำไมต้องใช้ และ ตัวอย่างการทำแบบละเอียด. สืบค้นวันที่ 21 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.growthbee.com/what-is-content-marketing/>
- โกทูโนว์. (ม.ป.ป). นิยายออนไลน์ปรากฏการณ์วัฒนธรรมร่วมสมัย. สืบค้นวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/262711>
- กิติมา สุรสอนธิ. (2541). ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- คอมมูนิเคชันทีโอรี.(2559). Uses and gratification theory. Retrieved Mar 26, 2021, from <https://www.bcommunicationtheory.org/uses-and-gratification-theory/>
- จิราภรณ์ ภัคดีศรี. (2544). ความคิดเห็นและการยอมรับของวัยรุ่นที่มีต่อศิลปินในการทำกิจกรรมเพื่อสังคม.(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จัตุมนันต์ ตั้งกิจถาวร. (2557). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์ (Shared) ผ่านเฟซบุ๊ก. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค. ใน *พฤติกรรมผู้บริโภค* (น.14). กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ไทยรัฐออนไลน์.(2563). บุคโลก “นิยายเซต” เปิดเคล็ดลับ บันรายได้สูงสุดเหยียบแสน. สืบค้นวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2564 ,จาก <https://www.thairath.co.th/scoop/1766936>
- ชนิตวสวรรค์ ตรีวิทยาภูมิ. 2544. กระบวนการเลียนแบบ อ้างถึงใน ธนวุฒิ เศรษฐ์ 2554. การศึกษาพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินต้นแบบละครโทรทัศน์(วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เด็กดีดอทคอม. (2550). นิยายออนไลน์เวทีของนักเขียนหน้าใหม่. สืบค้นวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2564 , จาก <https://www.dek-d.com/writer/4239/>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ธนิศา อัสวโยธิน. (2562). การตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา(รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- ธนศ ยูกันตวนิชชัย. (2553). การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ.วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.30(2),99-115
- บีแอลทีบางกอก. (2562). คนไทยยังรักการอ่าน พบสถิติการซื้อหนังสือติดอันดับ 4 ของโลก. สืบค้นวันที่ 25 มีนาคม 2564, จาก <https://www.bltbangkok.com/news/29456/>
- บีแอลทีบางกอก. (2563). อ่านไลฟ์สไตล์การอ่านของคนไทย ก่อนไปชอปก้นที่งานมหกรรมหนังสือระดับชาติครั้งที่ 25. สืบค้นวันที่ 25 มีนาคม 2564, จาก <https://www.bltbangkok.com/bangkok-update/4812/>
- บริเทนนิกา. (n.d.). Novel. Retrieved February 20, 2021, from <https://www.britannica.com/art/novel>
- บุหงา ชัยสุวรรณ. (2558). การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคม: ภาพรวมและกรอบแนวความคิด. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิต้า.2(1),173-197
- บีคอมมอน. (2561). จอยลดา นิยาย ‘แซท’ ออนไลน์ มีดีคู่ขนานของวรรณกรรม. สืบค้นวันที่ 25 มีนาคม 2564, จาก <https://becommon.co/culture/joylada/>
- พีดับเบิลยูซี. (2561). “อีบุ๊ก” โอกาสที่มากับความท้าทายของธุรกิจสิ่งพิมพ์ไทย. สืบค้นวันที่ 25 มีนาคม 2564, จาก <https://www.pwc.com/th/en/pwc-thailand-blogs/blog-20180628.html>
- พนิตสุภา ชรรณประมวล. (2563). การสื่อสารการตลาดบริการ. ใน *การตลาดบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). (น.161-174). กรุงเทพฯ: พี.อ.ลีพวิ้ง จำกัด.
- พรพิรุณ หุ่นรอด. (2559). พฤติกรรมการอ่าน ความพึงพอใจของผู้่านนิยายรักโรแมนติกจีนย้อนยุค. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฟอร์บส์ไทยแลนด์. (2561). จอยลดา แอปฯ นิยายแซทพันธุ์ใหม่ ทำเงินด้วยพลังนักอ่านฐานตลาดวัยรุ่น. สืบค้นวันที่ 25 มีนาคม 2564, จาก <https://forbesthailand.com/world/technology/thailand/จอยลดา-แอปฯ-นิยายแซท.html>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- มาเก็ตติ้งอู๊ปซ์. (2564). Internet User ในประเทศไทย 2564 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตไทยมากแค่ไหนเมื่อเทียบกับโลก สืบค้นวันที่ 30 มีนาคม 2564 ,จาก <https://marketeeronline.co/archives/208372>
- มาเก็ตเทียร์.(2564). เช็ก Insights ชาวเน็ต ใช้ชีวิตออนไลน์วันละ 7 ชั่วโมง ‘คนไทย’ เล่นโซเชียลนานสุดในโลก! ถูก ‘Facebook – YouTube’ คูดัดหน้าจอ. สืบค้นวันที่ 30 มีนาคม 2564 ,จาก <https://www.marketingoops.com/digital-life/digital-2021-report-in-jan-by-we-are-social-and-hootsuite/>
- มีเดียม. (2563). Joylada VS ReadAWrite ว่าด้วยเรื่องนิยายแซท. สืบค้นวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2564 , จาก <https://medium.com/@mesiya.sook/joylada-vs-readawrite-ว่าด้วยเรื่องนิยายแซท>
- รัตติยา กาญจนากัญญากุล และ ปรีดา อัครจันทโชติ (2563). กลยุทธ์ในการเล่าเรื่องของนิยายออนไลน์ในสังคมไทย.Siam Communication Review.19(2), 45-46.
- วราพร คำจับ. (2562). สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21.วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.7(2),142-159
- วิไลภรณ์ สำเภาทอง. (2561). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อรพินท์ คำสอน. (2557). วรรณกรรมออนไลน์ของไทย: โลกวรรณกรรมที่โหยหาการวิจารณ์. วารสารรามคำแหง ฉบับมนุษยศาสตร์.32(2),107-124
- Bandura, A. (1997). Social learning theory: Asocial cognitive theory (pp. 123). New Jersey: Prentice-Hall.
- Benjamin W. อ่างถึงใน กนกกาญจน์ หมอฮา 2552. นิยายออนไลน์ปรากฏการณ์วัฒนธรรมร่วมสมัย. สืบค้นวันที่ 30 มีนาคม 2564 ,จาก <https://www.gotoknow.org/posts/262711>
- Carl L. Haviland, Irving L. Janis and Harold H. (1953). Kelley,Communication and Persuasion (pp. 12). New Haven: Yale University Press.
- Davis, F. D. (1985). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results*. (Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology, Boston, USA) Retrieved from <http://hdl.handle.net/1721.1/15192>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19-32). Beverly Hills: Sage.
- Learning Hub. (2018, June 23). What is IMC? A Beginner's Guide to Integrated Marketing Communications. Retrieved February 20, 2021, from <https://learn.g2.com/integrated-marketing-communications>
- Lin, H.C., Swarna, H., & Bruning, P. F. (2017). Taking a Global View on Brand Post Popularity: Six Social Media Brand Post Practices for Global Markets. *Business Horizons*, 60(5), 621-633.
- Meshal, S. A., & Almotairi, M. (2013). Consumer Acceptance of Mobile Marketing: An Empirical Study on The Saudi Female. *International Journal of Marketing Studies*, 5(5), 94-100.
- Rosengren, K. E. 1974. "Uses and Gratifications: A Paradigm Outlined." pp. 269-285. In *The Uses of Mass Communication: Current Perspective on Gratifications Research*. Beverly Hills: Sage. อ้างถึงใน อธิพงษ์ แซ่ลี 2557. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อ กับแรงจูงใจในการใช้ สื่อเฟสบุ๊คของผู้ใช้งานเฟสบุ๊คในประเทศไทย(วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Wang, Q., Fink, E. L., & Cai, D. A. (2008). Loneliness, gender, and parasocial interaction: A uses and gratifications approach. *Communication Quarterly*, 56, 87-109.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

เรื่อง นิยายออนไลน์ ช่องทางเลือกของนักอ่าน หรือทางรอดของนักเขียน

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา MGMG 697 แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ
2. อายุ
3. วุฒิการศึกษา
4. อาชีพ
5. ประสบการณ์เกี่ยวกับนิยาย

เช่น นักเขียน : เขียนนิยายมาแล้วกี่ปี แต่งมาแล้วกี่เรื่อง ชอบแต่งนิยายแนวไหน

นักอ่าน : เริ่มอ่านนิยายอายุเท่าไร ส่วนใหญ่อ่านนิยายแนวไหน

ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

2.1 คำถามสำหรับนักเขียนนิยายออนไลน์

เพื่อศึกษาปัจจัยต่อการเขียนนิยายออนไลน์ อิทธิพลที่ส่งผลต่อการเขียนนิยาย วิธีการเล่าเรื่องราว แรงบันดาลใจในการเขียน รวมถึงความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ และการใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในการเขียนนิยาย ของนักเขียนนิยายออนไลน์

2.1.1 ทำไมท่านถึงอยาก/หรือเข้ามาเป็นนักเขียนนิยายออนไลน์

- 2.1.2 ท่านได้เริ่มหรือลองฝึกฝนและเขียนนิยายมาจากที่ไหน
- 2.1.3 เรื่องที่ท่านแต่งส่วนใหญ่ได้แนวคิดหรือแรงบันดาลใจมาจากไหน
- 2.1.4 ท่านคิดว่านิยายของท่านมีจุดเด่นอะไรที่ทำให้คนติดตาม
- 2.1.5 ท่านจะใช้เวลาช่วงไหนในการอัปเดตงานตอนใหม่ ๆ และทำไมเลือกช่วงเวลานี้
- 2.1.6 ท่านอัปเดตนิยายของท่านบ่อยแค่ไหน
- 2.1.7 ในการแต่งนิยายหนึ่งตอนไปจนจบเรื่องใช้เวลาประมาณเท่าไร
- 2.1.8 ท่านทำอย่างไรให้ผู้อ่านรู้จักนิยายของท่าน
- 2.1.9 ท่านเจออุปสรรคในไต่บั้งระหว่างทางในการแต่งนิยาย
- 2.1.10 ท่านคิดว่าคุณลักษณะที่ดีของนักเขียนออนไลน์คืออะไร
- 2.1.11 ท่านคิดว่าความแตกต่างของนักเขียนทั่วไปกับนักเขียนออนไลน์คืออะไร
- 2.1.12 ท่านคิดว่า การแต่งนิยายที่ผ่านในอดีตและปัจจุบันของท่านมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ หากมีเปลี่ยนแปลงในเรื่องใดบ้าง
- 2.1.13 ท่านคิดว่าความยาก/ง่ายระหว่าง การเขียนนิยายทั่วไปและการเขียนนิยายออนไลน์
- 2.1.14 ท่านเลือกใช้เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันไหนในการเผยแพร่นิยายเป็นส่วนใหญ่
- 2.1.15 ทำไมจึงเลือกเขียนในเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันนี้
- 2.1.16 ท่านมีความเห็นถึงความยาก/ง่ายหรือแตกต่างกันของแต่ละเว็บไซต์และแอปพลิเคชันอย่างไร
- 2.1.17 ท่านชอบที่จะโต้ตอบกับนักอ่านหรืออ่านความเห็นต่าง ๆ เกี่ยวกับนิยายของท่านหรือไม่
- 2.1.18 ท่านคิดว่า การที่ได้เห็นความคิดเห็นและคำติชมมีผลต่อการเขียนงานหรือการดำเนินเรื่องในครั้งต่อไปมากน้อยแค่ไหน
- 2.1.19 ท่านใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ใด ในการเขียนนิยาย เช่น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์
- 2.1.20 เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันนิยายออนไลน์สามารถตอบโจทย์การเขียนและสร้างผลงานของท่านได้หรือไม่ และอย่างไรบ้าง
- 2.1.21 โครงสร้าง/การออกแบบเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันนิยายออนไลน์มีผลต่อการเขียนนิยายออนไลน์ของท่านอย่างไร
- 2.1.22 ท่านชอบหรือไม่ชอบส่วนไหนของเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันนิยายออนไลน์

- 2.1.23 ท่านมีข้อเสนอหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันนิยายออนไลน์ในเรื่องใดบ้าง
- 2.1.24 ท่านคิดว่าในอนาคตท่านจะยังเขียนนิยายอยู่หรือไม่ และจะเขียนนิยายแบบไหนต่อไป

2.2 คำถามสำหรับนักอ่านนิยายออนไลน์

เพื่อศึกษาปัจจัยของนักอ่านนิยายถึงปัจจัยที่ส่งผลให้เขาเกิดความสนใจในการอ่านนิยายออนไลน์ พฤติกรรมการอ่านนิยายของผู้อ่านในปัจจุบัน และการใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในการเข้าถึงและอ่านนิยาย รวมถึง ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์

- 2.2.1 ท่านรู้จักนิยายออนไลน์จากไหน
- 2.2.2 ท่านได้เริ่มสนใจ เริ่มอ่านนิยายออนไลน์เมื่อใด
- 2.2.3 ทำไมท่านถึงอ่านนิยายออนไลน์
- 2.2.4 ท่านคิดว่าการอ่านหนังสือนิยายกับการอ่านนิยายออนไลน์มีความแตกต่างกันหรือไม่
- 2.2.5 ท่านรู้จักนิยายแต่ละเรื่องและนักเขียนจากที่ไหน
- 2.2.6 ท่านคิดว่าเวลาท่านจะเริ่มอ่านนิยายเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ท่านสนใจอะไรบ้างถึงเข้าไปอ่านเรื่องนี้
- 2.2.7 ท่านคิดว่าเนื้อเรื่อง ภาษา และลักษณะนิสัยของตัวละคร มีผลต่อการอ่านของท่านหรือไม่
- 2.2.8 หากนักเขียนมีการสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นประเด็นต่างๆ หรือเทรนด์ข่าวสารในนิยาย มีผลต่อการอ่านของท่านหรือไม่
- 2.2.9 ท่านได้อะไรจากการอ่านนิยายออนไลน์
- 2.2.10 ท่านใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ใดในการอ่านนิยายออนไลน์
- 2.2.11 ท่านมักจะอ่านนิยายออนไลน์ในช่วงเวลาใด บ่อยที่สุด
- 2.2.12 ใน1วันท่านใช้เวลาในการอ่านนิยายออนไลน์ประมาณเท่าใด
- 2.2.13 ระหว่างการอ่านหนังสือนิยายกับการอ่านนิยายออนไลน์ในปัจจุบัน ท่านใช้เวลาทำสิ่งไหนมากกว่า
- 2.2.14 ท่านได้แสดงความคิดเห็นหลังจากการอ่านนิยายหรือไม่
- 2.2.15 ท่านเคยให้ของขวัญออนไลน์แก่นักเขียนหลังจากการอ่านนิยายหรือไม่
- 2.2.16 ท่านมักจะได้รับข่าวสารข้อมูลของนักเขียนหรือนิยายผ่านช่องทางใด

- 2.2.17 หากนิยายที่ท่านชื่นชอบได้รับการตีพิมพ์ ท่านจะซื้อหรือไม่
- 2.2.18 ช่องทางที่คุณนิยมใช้อ่านนิยายออนไลน์คือช่องทางใด และแต่ละช่องทางแตกต่างกันอย่างไร
- 2.2.19 ทำไมท่านถึงชอบอ่านนิยายออนไลน์ผ่านช่องทางนี้มากกว่า
- 2.2.20 โครงสร้าง/การออกแบบเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันนิยายออนไลน์มีผลต่อการอ่านนิยายออนไลน์ของท่านอย่างไร
- 2.2.21 ท่านมีข้อเสนอหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันนิยายออนไลน์ในเรื่องใดบ้าง
- 2.2.22 ท่านคิดว่าในอนาคตท่านจะยังอ่านนิยายอยู่หรือไม่ และใช้ช่องทางไหนในการอ่านนิยายต่อไป

